

第7次「郡上村」調査からみる 農山村と地域コミュニケーション

田村紀雄 上田裕 吉田則昭 山崎隆広
川又実 齋藤聖一 牛山佳菜代 山中雅大

はじめに 実験室としての郡上村——50年間・7回の全数調査

「郡上村¹⁾」は岐阜県のほぼ真ん中に横たわる山村である。「むら」の自然史は約800年と伝えられている。明治維新以降、村の行政村としての歴史はゆっくりと整備されてきた。戦後の農地改革以降も山林に主として依存する経済構造も、村民の社会的生活も、これもゆっくりと日本の平均的な農村や農家と同様の歩みをしてきたと考えられる。田村がこの村にはいった1972年の最初の目的は円空がこの村にのこした足跡、とくに「木っ端仏」でしられる10数基の素朴な円空仏の拝観であった。

その折、村の中央をながれる「郡上川²⁾」の細く長い支流に沿って点在する何百年もほぼ同じ戸数、生業の農民に社会学者として関心を注いだ。

村は地理的には独立しているが、村民の生業・生活が孤立しているわけではなかった。村外にでるにはたしかに、支流の末端から郡上川にかかる橋をこえて、国道にでるか、小さな鉄道駅を使うことがおおかったが、交通を除けば、日本の「大衆社会」と電波、新聞、郵便でつながっていた。問題は電話であった。日本全体でも電話へのニーズは非常に大きかったが、要望は積載されたままであった。理由は当時の電電公社の投資力であった。おおくの村では、村内の伝統的な情報伝達システム（口伝え、寄り合い、回覧板等）を補うべく村内電話（村役場、農協等を交換システムにした一種の村広報電話）を設けているが、郡上村も同様であった。これらは、当時の電気通信法や技術的理由で、通信は村内にかぎられ秘話式でもなかった。

電電公社はニーズに応えるかたちで順次電話を普及させたが、最大のネックのひとつが「手交換」によるコスト高、人材問題、効率性等であった。国際的水準や競争力確保などから交換機を交換手配置による手交換から、ダイヤル式の自動交換機を導入、一気に村全体を電電公社の業務に引き入れる方式がとられ、郡上村でも1972年からその準備にはいった。テレコムを支柱とするコミュニケーション・インフラの導入による村落共同体とその住民生活の変化の過程を長期に調査・研究する基本戦略がくみだてられた。結果としてじつに50

年間、7回におよぶ社会調査が実施された。これは世界で例をみない長期の研究である。

郡上村を実験室として固定させるために、当初から調査要件は厳しく選定された。まず、全戸全数調査であること、サンプルに「主婦」を選定した。毎回、同一のサンプルを対象にするため自治体の協力で法的に唯一公開可能な「公職選挙人名簿」を活用した。ユニバースにこの名簿を活用したことで、サンプル選定は安定的、かつ公正に実施することができた。主婦は一家の経済的・社会的活動の要で、だれよりも日常生活を掌握していた。また村落共同体自体の安定的運営に不可欠のデモグラフィック的な安定の基礎である村民そのものの生産・再生産の鍵であり、彼女たち自体の安定的な生産と供給は村の将来を左右することになる。くわえて、この村は山村で、二次的に山間で農業を営む以外、山林業が柱であった。1972年当時、山林業の内容は、造林、下草の駆除、小枝の除去、伐採木材の搬出、製材、木工、炭焼きなど多岐にわたったが、その多くで実際、村の主婦たちは不可欠の労働力であった。「実験室」を運用するうえで、他にない好条件がそろっていた。

この機会は稀有であった。

米国と日本では電話の発展の仕方、運営事業などことなるが、やはり都市が優先され、農村部はとりのこされ、個人経営や協同組合運営の小規模の農村電話（ルーラル電話）が、全米で数万社も存続する時期も長くつづいた。これを、当該地の全住民の負担で平等のサービスにする「ユニバーサル・サービス」の思想が生まれて、解決した。現在日本でも電気通信各社ひいては国策によるテレコム事業の基本的ルールになった。

この村落共同体の「電話化」で、いかにコミュニティが影響をうけ、変化するかを、米国の社会学者は重要な実験室の研究とみなした³⁾。スミスらのコンセプトに従えば郡上村は、十分に「実験室」になりうると判断した。コミュニティに必要な「血管」「神経」は交通とコミュニケーションである。このふたつは表裏一体の過程であるが、同じシカゴの社会学者A. ホーリーは「環境、人間、生態系は平衡に向かう傾向がある」と考え、コミュニティの交通・コミュニケーションの重要性に早くから気がついた。都市部では、この理論にもとづいた各種の調査・研究がかさねられてきた。都市部に偏重したのは、資金、人材、対象の取得が容易などのそれなりの理由があったからである。

電話、広くは電気通信（テレコム）が、高度情報化社会の時代にあっては、社会のあらゆる活動にとって不可欠な inFrastructure（インフラ）であることが明らかになっているとき、農村のテレコム利用の重要性に注目したのが、フレデリック・ウィリアムスである⁴⁾。かれは「農村経済とライフスタイルにとっての投資としてのテレコム利用」という仮説のもとに新しいインフラ研究に取り組んだ。

郡上村を「実験室」として設定し、テレコム導入前、その直後、さらに一定の期間ごとに長期に村の生活、活動全般を調査研究してゆく、方策が定まった。その後、ほぼ10年ごとに過去6回の全村調査が実施された。インフラである以上、電話にかぎらず、多様な高度な

システム（パソコン、携帯電話ほか）や、伝統的なメディア、その他の社会的に重要なファクトが50年間調査されてきたのである。今回は、その第7次調査の報告書である。（田村紀雄）

I 「郡上村」と電気通信の発達

1. 最初の電話敷設までの経緯

第1次調査を行った1973（昭和49）年当時の「郡上村」には、2台の電話しかなかった。そのうちの1台は、1928（昭和3）年に村で初めて電話を引いたF家の電話である。後述するように、当時、「特別加入地域」（局間3kmに入らない地域）では、施設費を加入者が負担しなければならなかったため、「郡上村」有力者F家が電話加入するには大変な費用を要した。

村全戸に電話が引かれた1974年以降の状況はこれまでの調査でも明らかにされている。村第1号の電話がF家に設置されたのは1928年であった。村奥に位置するF家の電話がそれである。38年後の1966年に公衆電話が引かれるまで、村内の電話はこの一本のみであった。特に注目したいのは、電話普及過程の原点にある村唯一のF家の電話についてである。

2. 1928（昭和3）年 第1号「事業用」電話設置⁵⁾

1928年6月1日、「郡上村」で大規模に林業を営むF家に、この村初めての電話が引かれた。ただしF家が単独で電話を引いたわけではない。長良川沿いの郵便局を中心とした地域に17本、郡上村奥のF家自宅1本の計18本の電話が一挙に引かれたのであった。

なお、当時、新たに登場したメディアのラジオ放送も、東京から名古屋、大阪へと順次拡大し、1925年には社団法人名古屋放送局が開局、聴取エリアの「郡上村」でも1932年にラジオ受信機が1~2台出現したとの記録もあるが、現時点で詳細は不明である。

1927年9月6日、郵便局長から推挙された当時のF家当主⁶⁾を総代として、特設電話加入者総会が結成された。この地域に電話を引くためには、名古屋通信局に請願し認可を受ける必要があった。特設電話加入者総会は、名古屋通信局に対する請願活動と加入者確保を積極的に進め、その結果、18本の電話を引くことで認可がおり、翌1928年、局の開設と電話敷設工事が行われた。

電話番号の1番が郡上村のF家自宅であり、2番がF氏所有の駅前倉庫、3番は駅の丸通（F氏が出資し丸通に貸与したもの）であった。それ以外の内訳は、役場、医院、旅館、銀行、信用組合、小学校、村長宅、郵便局長自宅、電力会社、寺、菓子・雑品商、米穀・薪炭商などである。ここからは、当時の社会・経済ネットワークの布置状況、B to B的な電話利用の状況がうかがえる。

第7次「郡上村」調査からみる農山村と地域コミュニケーション

電話設置に必要な負担金は、F'氏以外の加入者で180円または240円であった。当時、電話設置に必要な費用は「一年分の給料」が目安とされており、上記の金額は相当な出費である。したがって、高額の出費にもかかわらず、電話を必要とする事業主や主要機関でもなければ電話を引くことはまれであった。「郡上村」奥のF家自宅の場合、普通加入区域（局間3km以内）外の「特別加入区域」に該当するため、施設費の全てを自己負担する必要がある、他の加入者の数倍にあたる1,040円もの負担金を支払っている。

3. 交通運輸革命に対応した電話による情報革命

F'氏が電話加入運動でリーダーシップをとり、高額の自己負担にもかかわらず3本もの電話を引いた理由は、地域の交通運輸革命にふさわしい情報インフラを整備することにあった。もとより、1928年5月には国鉄の路線が村の入口まで開通、新駅が開業し、旅客と貨物の取り扱いを開始している。木材の切り出し、炭焼きの現場などの山林をひかえた「自宅」、山から運ばれた林産物の保管・出荷調整を行なう「駅前倉庫」、林産物を鉄道で出荷・運送する「駅丸通」。この三箇所の物流・情報拠点を結び、生産・保管・出荷・運送に関わる情報を迅速にやり取りする必要性から、当時の新メディアである「電話」が注目され、その導入が図られたのであった。地域の主要産業である林業が交通・運輸革命に対応してさらに発展するためには、情報革命が不可欠であった。

林産物から運送にいたる全プロセスにおいて、新たな物流経路「鉄道」と新たな情報経路「電話」が果たす重要性を、F'氏はいち早く認識した上で、双方を一挙に整備すべくリーダーシップを取ったのであった。F'氏が電話に注目した理由は、交通運輸革命がもたらす林業の新たな時代の幕開けに早急に対応することにあったといえる。

これを契機に引かれた18本の電話によって、新たなコミュニケーション・ネットワークがこの地域に生み出された。地域の18主要事業主・機関は、この新たな情報チャンネルで結ばれ、これまでになく迅速な個人的・組織的情報交換が可能になった。また、これら主要事業主・機関は、電話という最新のメディアを独占し、地域を越え、全国的かつ即時的情報交換を行なうことが可能になったので、地域内部における優越性をさらに高めたであろうと推測される。

鉄道開通によって人的交流および物流の急速な拡大が促されるとともに、新たなメディアである電話の情報流が、それをさらに加速するといった「交通・運輸革命と情報革命の相乗的効果」が1928年を境に、F家、「郡上村」そして長良川沿いのこの地域全体に一挙に訪れたのであった。

4. 1950年代から70年代までの電話普及

前述したように、「特別加入区域」の広い「郡上村」では、設置に相応の費用を要したの

で、あまり普及することはなかった。そこで、各地区に農村公衆電話を設けることとし、1959（昭和34）年に5本、そして同年に4本、1965年に1本、各氏の住宅に計10本が敷かれた。こうして、一応、村内の連絡網は不十分ながらも完成した。その地区内の誰かに電話がかかってくると拡声機で知らせるところが多かった。一般加入者は、1963年に117、1966年に186、1969年に221本であった。

村は電話の自動化を国に陳情していたが、1971（昭和46）年に至って、全村「普通加入区域」となり、公債と電話の取り付け費用を負担すれば加入できるようになった。

村当局は、村民の電話加入希望を調査したところ、98%の希望者があったので、その実現に踏み切った。郵便局から電話を切り離し、別の場所に無人自動交換所を設置して、農村公衆電話を廃止し、ほぼ全戸に近い加入者を得て、1974（昭和49）年に自動電話器が普及した。

5. 60年代の有線放送と公衆電話設置

農業協同組合の事業として、村内の情報伝達交流などの目的で、1963（昭和38）年、有線放送設備が作られた。この有線放送の電話機は、一つの回線に5つ以上の電話がつくので、盗聴されたり、同一回線の同時使用はできない不便さはあったが、経費が安かったため、ほぼ全戸にいき渡った。

有線放送の機能の一つである「有線電話」が、村民間の通話および村全体に対する広報情報伝達に利用されてきた。有線電話は、その後改良が行われたが、通話可能区域が村内に限定され、複数台が同時に通話状態になると、私的な会話が筒抜けになるという短所もっていた。

そして、この3年後の1966年に、村に唯一の「公衆電話」がひかれることになる。村中央に公衆電話が設置されたことで、村人はF家の電話を借りずに、村外と通話することができるようになった。その後も、村内公衆電話はこの一台限りであったため、一般電話の全戸敷設が待ち望まれる状況が続いていた。そして、前述のように1974年になって、ようやく自動改式化による「全戸一斉」電話加入が実現された。

有線放送は、個々の間の情報伝達の外、村当局や農協からの伝達の役目を果たしてきた。また、有線放送活動として、プログラムを組み、毎日村民の文化向上に活躍してきた。「郡上村」史によれば、有線放送の有効性については、全村民の認めるところで、自動電話が全戸に普及した当時も有線電話の活用は盛んであり、放送活動にも工夫を重ねて村民へのサービスに努めていたとされる。ちなみに、1970年には、市の中心である「郡上八幡」町に、日本最初のCATV局が開設したが、「郡上村」に至らず、間もなく解散している。「有線電話」は、1998年に廃止されるが、その村内広報機能を重宝したので、NTT回線を利用したオフトーク通信として形を変えて活用されてきた。

6. 「電話化」から電気通信の発展へ

以上ここまで、1974年に有線放送の機能を持ったダイヤル自動式による全戸一斉電話加入が実現し、今回調査までの電話普及、電気通信の発展の経緯を概観してきた。

有線放送は、その後、老朽化に伴い廃止になり、2000年代には、NTTドコモの基地局が「郡上村」内に建設され、市の広報・災害情報を伝達する災害スピーカーが全世帯で利用されるようになった。インターネットも2000年代以降、普及しており、2004年には旧郡上郡7町村合併により新市（郡上八幡市）が誕生、2008年の東海北陸自動車道の開通も、その後の住民の利便性を高めているとのことであった。

2009年以降の10年間、通信メディアにおいては、固定電話から携帯電話、スマートフォンへと利用形態が大きく変化した。2015年には、郡上市は「第二次郡上市情報化計画」を策定、ICTなどを利活用した情報化を推進している。情報端末の利用形態も、パソコンから、いつでもどこでもインターネットに接続し利用できるモバイル端末へと様変わりし、さらにはSNSの利用も広まっている。こうしたことから、新たな「情報」化の時代が「郡上村」にも到来しているといえるだろう。（吉田則昭）

II 第7次調査実施までの経緯・実施概要

1. 第7次調査実施までの経緯

第7次調査実施にあたっては、これまでの調査で得られた研究結果を活かし、調査の継続性を担保するため、基本的には前回までの調査設計を踏襲した。しかしながら、前回調査が実施された2009年から約10年が経過し、地域を取り巻く環境やメディア状況が変化したことや、調査チーム陣容も多少変わったため、調査設計を見直した点もあった。そこで、本稿においては、第7次調査の実施に至るまでの経緯を辿り、今回の調査全体の枠組みを示す。

(1) 調査地域への事前訪問（予備調査）

第7次本調査調査を実施するにあたり、2019年6月27日から29日の3日間、現地を吉田、斎藤、川又の3名が訪問し、本調査に向けての予備調査を実施した。予備調査で実施した内容は主に以下の2点である。

①調査対象の抽出

郡上市役所において、調査対象者である「郡上村」の調査対象者を確定するため、個人情報閲覧手続きに則り、当該集落の選挙人名簿を確認し、全調査対象を抽出した。これまでの調査では、調査対象を一家の「主婦」としていたため、継続性の確保のため今回の調査においても、「主婦」を主対象とした。

この時点では、調査対象候補となりえる20歳以上の女性を全て抽出し、調査対象者の氏名、生年月日、住所を記録した。前回の第5次調査では、計71世帯を抽出したが、今回の予備調査時においては54世帯が確認され、調査対象候補として全調査110名に対し、20代～90代の91名の女性が抽出された。前回の調査時より調査対象者の減少がみられた。

②現地情報の収集

前回調査時(2009年)からの「郡上村」の状況変化を把握するため、郡上市役所及び当該村を管轄する地域振興事務所を訪問し、この10年の村の変化について、役所の担当者とはヒアリングを行った。ヒアリングの結果、村の唯一の県道が土砂崩れの関係で、川を挟んで東から西側へ変更したこと以外は、村の様子として特に大きな変化は無いということであった。いっぽう「郡上村」の世帯、人口減少は社会現象として現実味を帯びていること、また、「平成25年度「郡上村」集落総点検・夢ビジョン設定モデル事業」を2013(平成25)年11月に世帯アンケートを実施して、住民の意識調査を実施していることなどがわかった。

(2) 本調査設計

予備調査で得られた調査対象地の情報、現状を踏まえて、調査に関する研究会の開催、メンバーによる打ち合わせを行い、メンバーの認識共有を進めるとともに、本調査における調査票の作成及び現地調査スケジュールの作成などを行った。

具体的には、NPO法人地域メディア研究所第51回定例研究会において、第1回から調査企画を担ってきた田村紀雄より、社会調査として「郡上村」調査をどのように捉えるべきか、また調査の実施にあたり、メンバーの確保や先行研究、関連分野の文献の渉猟、関係機関・人物への配慮、調査モラルの確認、調査後の資料保存などについての必要事項について問題提起がなされた。

また、これまで調査対象としてきた主婦の意識やライフスタイルの変化を捉える必要があること、新たにスマホ、SNSが登場してからの新メディア、新サービスの使用状況の変化を把握するための調査の在り方等に関して議論が交わされた。

①質問項目の確定

上述の研究会の議論を踏まえ、質問項目の設計及びワーディング、質問事項に関して検討を進めた。基本的には継続性を担保するために、前回までの内容を踏襲することとしたが、「郡上村」の状況変化を踏まえて、質問項目の大幅な改編を行った。具体的には、電話に関する項目及びパソコン、ケータイ、地上波デジタル、スマホ、SNS等に関する質問内容及び項目数の配分に関して見直しを行った。また、訪問調査における聞き取り調査時の質問項目に、防犯・災害・買い物・該当集落の将来に関する考え等を追加し、住民の生活意識を多

図表1 第7回「郡上村」調査質問項目の構成

方法	質問項目	詳細
郵送	電話	使用頻度, 市外通話, 電話帳
	携帯電話 スマホ	所有状況, 電話会社, 固定電話との比較, 使用機能, 連絡手段
	パソコン タブレット	台数, 使用者, 使い方, 利用目的, 他メディアとの比較 SNS・電子書籍・電子版新聞の活用
	新聞・雑誌	購読新聞, 購読雑誌
	地上波デジタル放送	対応状況
	通信販売	利用方法, 利用頻度, 購入内容, 変化
	生活行動	外出状況, 高速道路の影響, 国内・海外旅行
訪問	人間関係	有力者, オピニオンリーダー
	生活行動	生活水準, 仕事, 嫁ぎ元, 最終学歴, 郵便局・コンビニ利用, 防犯・災害対策
	将来	地域の改善点, 満足度, 将来性

角的に把握できる構成へと改めた（図表1）。

②調査設計

調査対象は、これまでの調査と同等に「郡上村」全世帯とした。被調査者も前回と同様、主婦である。調査開始時から「主婦」を調査対象としてきたが、社会背景やジェンダーの観点から「主婦」に限る必要はないのではという議論も交わされたが、継続研究という枠組みの中で、調査対象を変更することはその意味をなさないこと、また「主婦」としつつも、対象世帯の選挙人名簿に記載されている成人女性をこれまでも対象としていること、過去数回、アンケートに回答をいただいている同調査対象者もいるため、パネル調査としても意味をなすことなどを考慮し、これまでの調査対象を踏襲した。

また、第5回調査以降の調査と異なる点としては、それまで一家を代表するであろう1名を抽出していたが、スマートフォンを筆頭にメディアの個人利用も進んでいることが考えられ、1家庭1名よりも、女性全員を対象とする方が現状を把握できるのではないかという考えのもと、予備調査で記録した選挙人名簿から、20歳以上70歳代までの女性66名（前回の第5次調査では76名）を調査対象として確定した。

調査方法は、前回と同様、郵送留置法及び訪問調査の2段階調査を採用した。郵送調査において調査対象者の概略を把握し、郵送調査で把握困難な深層意識に関しては、各世帯へ訪問をした上で、インタビューにて詳細に状況を把握することを企図したものである。

2. 現地調査及びデータ回収・集計・分析

2019年8月19日から24日までの6日間にかけて現地調査を実施した。訪問前の8月中旬に、調査対象にアンケート及び調査趣旨を事前送付した上で、現地入りした19日に各対象者へ訪問のアポイント取りを行った。訪問調査にあたっては、選挙人名簿の住所から調査地域を分割し、各調査メンバーで担当地域を配分した。併せて、今回初めて本調査に関わるメンバーが2名ほど加わったため、調査初日に、調査担当である川又より調査の理論的背景に関してレクチャーを行い、調査地域及び調査内容に関する認識を深めた。翌2日、3日、4日目(20日・21日・22日)は、訪問調査及びむらの生活史の把握に努め、5日目は予備日、6日目は移動日とした。各々の調査詳細は下記の通りである。

(1) 訪問調査

すでに調査票を配布済みの家庭に事前アポイントをとった上で、訪問し、アンケート回収及び聞き取り調査を実施した。調査対象とした66名中、63名から調査票を回収し(回収率約95%)、43世帯に聞き取りを行うことができた。

アンケート回収を平日に実施ということもあり、調査当日は対象者本人が日中仕事に出ていて不在であるケースも多く、仕事帰りや回収日時を改めたり、郵便ポストに取り置きしてもらったりと、連絡をとりながら調査に協力をしていただいた。

(2) むらの生活史の把握

第6回の前調査時に、ヒアリングに協力してもらった市議員F氏から、この10年間のむらの変化に関する詳細な聞き取りを行った。また、2019年度の自治会長にも、近年の変化に関する聞き取りを行った。

3. 調査票の回収・集計・分析

回収された郵送調査票及び訪問調査票は、その場で調査員が確認し、調査終了後各日のミーティング時において、各々の調査員で情報をシェアし、記入漏れやミスに関しては修正を行い、高精度の回答を得るように努めた。また訪問調査においては、質問項目以外にも、各調査員が気付いた点に関して逐次メモを取り、分析に活用することなどを確認した。

集められた調査票に関しては、後日専門業者に集計作業を委託し、単純集計及びクロス集計を行った。データに関してはメンバー全員で確認し、分析を行った。(川又実)

III. 第5次調査以後における社会的および住民のICT利用状況の変化

1. はじめに

「男子、三日会わずれば刮目して見よ」。現代社会では何かと問題になりそうな文句だが、これは「三日も経つと男（人）は成長しているものだから、三日も会わなければ注意してしっかり見なさい」といった意味の中国の故事である。情報通信技術の発展や普及、そして人々への活用もこの慣用語と同様のことが言えるのではないだろうか。「郡上村」の第5次調査は2009年8月下旬に実施され、その10年後の経過調査として第7次が実施された。この10年の歳月における情報通信の発達と普及は、文字通り目を見張る日進月歩の変化であったが、農山村地域の「限界集落」においてもその浸透と活用は例外ではなかった。

本章では、約10年における情報通信の発達を概観した上で、第5次調査の知見と第7次調査の結果を比較し、農山村地域のコミュニケーションにどのような変化や影響を及ぼしたのかまとめることを目的とする。

2. 情報通信の社会的変化

(1) ICT環境の変化

第5次調査では、瀧澤（2010）と森岡（2010）が「ユビキタスネットワーク社会」の浸透度合いについて論を展開している。総務省の「情報通信白書」2011（平成23）年版では、「インターネットやパソコン等の情報通信技術を利用できる者と利用できない者との間に生じる格差」として「デジタル・ディバイド」について言及している。同白書において、「デジタル・ディバイド」には「地域間」、「個人間・集団間」、「国際間」の要素によって格差が生じていることを示している。「限界集落」においては、地域性による「地域間」と、高齢化社会となることでの「個人間・集団間」格差が懸念される。しかし、図表2で示しているように、2010年から都市部を中心にではあるが、街中にICTのインフラが整備され始めるとともに、ユーザ自身のモバイルデバイスの普及と活用が促進され旧来の格差は大幅に変容した。

「ガラケー」と呼ばれていたフィーチャーフォンの利用からスマートフォンへとシフトチェンジした。固定電話から携帯電話への変化は、電話が「家メディア」から「個メディア」へと移行（奥野 2000）していることを意味したが、スマートフォンの発展と普及は、SNSの普及と活用、娯楽サービスの多様化と嗜好、また衣食住にまで関与が及び、個人の暮らしのすべてを丸抱えにする「生活インフラ」（伊藤 2012）の役割をより一層強めた。

また、モバイルデバイスの普及によるSNSの活用と展開は、地縁・血縁といった物理的な時間や場所、空間に捉われることのないコミュニティの形成を可能にするとともに、その

図表 2 2010 年から 2019 年における ICT 環境の動向

年	月	出来事	年	月	出来事
2010	1	グーグルブランドの Android OS 搭載スマートフォン「Nexus One」発売	2016	2	東京メトロ全・車両内で無料 Wi-Fi が利用可能に。順次サービス拡大
		ドコモ、ソニー・エリクソン製 Android 端末「Xperia」発表		3	JR 東日本、「成田エクスプレス」車内で無料 Wi-Fi サービス
	5	ソフトバンクが「iPhone4」発売			全国初。東京の NTT 公衆電話ボックスが無料 Wi-Fi アクセスポイントに
		総務省、SIM ロック解除に関するガイドライン策定		7	小型無人機等飛行禁止法成立
	7	Bluetooth v4.0、正式版が公開			「N 予備校」一般向けにも提供開始。大学受験とプログラミングを学べる
	8	CTC、光ファイバー利用の地デジ配信サービスを東海 3 県で提供			LINE と渋谷区がパートナー協定締結。行政サービスなどを LINE で展開
2011	4	NTT ドコモが SIM ロック解除可能に		8	国内の SNS 利用者、今年末に 6872 万人に達する見込み。普及率 69.3%
	5	NTT ドコモと au が新機種発表。ともに半数近くをスマートフォンが占める		10	radiko、タイムフリー聴取機能に対応した Android アプリ提供
		都営地下鉄が WiMAX 利用で UQ と合意			JR 東日本、東京メトロ、東急電鉄のスマホアプリで時刻表の情報を相互連携
	6	KDDI、スマートフォン向けに「au Wi-Fi SPOT」開始		11	グーグルが検索インデックスでモバイル版コンテンツを優先する変更を発表
	8	KDDI、スマートフォンに通信速度制限導入			Spotify が一般公開を開始し、招待なしで利用可能に
	9	au とソフトバンクの新端末、過半数がスマートフォンに			大学図書館の蔵書検索「CiNii Books」から国会図書館デジタルを閲覧可能に
	12	無料の Wi-Fi スポット「セブンスポット」開始		12	仮想通貨 Bitcoin の総額、140 億ドルを超える
2012	1	横浜の市営地下鉄駅構内やバスに「au Wi-Fi SPOT」導入			フェイスブック、虚偽ニュース対策で第三者の判定で投稿にフラグを立てる
		ローソンがスマホ向け無料 Wi-Fi を開始			「官民データ活用推進基本法」施行。データ流通の拡大促進を目指して
	3	山手線駅構内でキャリア 3 社の公衆無線 LAN スポット	2017	1	番組をダウンロードできるラジオクラウド「ラジオクラウド」提供開始
	5	ソフトバンクと PayPay が合併会社を設立		3	官民連携でプログラミング教育を推進する「未来の学びコンソーシアム」が発足
		Facebook が NASDAQ 市場に上場。売り出し価格は 1 株 38 ドル			ビットコイン急落。米当局、ETF 化認せず
	6	ソーシャルゲーム 6 社がガチャや RMT のガイドラインを公表			「次世代医療基盤法」が成立。医療データの活用促進へ
	7	NHK Japan が「LINE」事業で韓国スマホゲーム大手の GAMEVIL と提携			「改正資金決済法」施行。仮想通貨に対応
	9	Facebook が Instagram 買収を完了しモバイルサービスを強化		4	ネット広告媒体費、スマホ向けが 6 割を占める (D2C, cci)
2013	2	Mozilla が「Firefox OS」展開で KDDI を含む世界 17 社と提携		5	「改正個人情報保護法」施行。個人情報のビジネス利用を促進
	3	NAVER まとめ専用検索エンジン開発に向けてヤフーと NHK Japan が提携		6	「青少年インターネット利用環境整備法」改正成立。18 歳未満のフィルタリングを強化
	4	NHK Japan が「LINE 株式会社」に社名変更		7	アマゾンやグーグルなど約 200 社。「ネット中立性」問題で一斉抗議
	10	KADKAWA、講談社、紀伊国屋が株式会社日本電子図書館サービスを設立			2 万人規模のリアルイベント「ポケモン GO Fest シカゴ」開催
	12	STORE.jp とユザワヤが業務提携。個人の手芸作品のネット販売を支援		11	iPhone X 発売。Apple 表参道には当日在庫目当ての行列
2014	1	アップル、2013 年の App Store の売上が 100 億ドルを突破	2018	1	Hulu、有料会員数が 1700 万人突破。総会員数は 5400 万人以上
	2	Twitter が上場後初の決算で売上倍増。アクティブユーザー数 2.4 億人			Spotify の有料会員数が 7000 万人突破
	3	フリマアプリのメルカリが 14 億 5000 万円の第三者割当増資		4	政府による海賊版サイト「漫画村」などへのブロッキング要請に対して通信業界団体などから憂慮・反対の声
	7	LINE 社の 2014 年 4～6 月期売上は 212 億円。前四半期比 17.5% 増			朝日新聞社など 7 社が「NAVER まとめ」の無断記事転載に対して申し入れ。LINE は 34 万件を削除
	10	LINE が講談社、メディアドゥらと「LINE マンガ」世界展開の会社設立			KDDI、トヨタなどシステム開発で協議。自治体に災害時の情報提供
		Twitter と IBM が提携。Twitter データによる意思決定アプリ開発		5	日本経済新聞、大手紙で初の試みとなる Amazon での定期購読開始
	11	Twitter、サービス開始から現在まですべてのツイートが検索可能に			改正著作権法成立で著作権者の許諾無しで書籍全文検索可能に。2019 年 1 月から施行
		世界のインターネット人口は 30 億人を突破 (ITU)			海賊版サイト「漫画村」、著作権法違反容疑で福岡県警などが捜査開始
		ブロードバンド契約数、固定・モバイル合計で 1 億件突破 (MM 総研)		6	インスタグラム、MAU が 10 億人突破。新アプリ「IGTV」発表
	12	Instagram の月間アクティブユーザー数が 3 億人に			フリマアプリ「メルカリ」の累計出品数が 10 億品を突破
		ヤフー、Google など、日本の上位 10 サイトで PC からの利用者が 2 割		9	LINE と防災科学技術研究所が連携。AI で災害時の情報伝達を支援
		た減			北海道で災害時無料 Wi-Fi 「0000JAPAN」開設。まずはソフトバンクから
		「Bluetooth 4.2」策定。プライバシー機能や速度向上、IPv6 対応も			総務省主導による 2018 年度の 5G 実証実験を発表。ドコモ、ソフトバンク、
		「4K アクトビラ」開始。オープンインターネット経由で国内初の 4K VOD		10	KDDI らと全国
		LINE。友達への送金やサービス決済に利用できる「LINE Pay」開始			ソフトバンクとヤフーの合併会社。コード決済「PayPay」がサービス開始
2015	1	マイクロソフト、Android タブレット向け「Office」正式版を公開			グーグル、Android9 搭載のスマートフォン「Pixel 3」「Pixel 3 XL」発表
		Facebook、月間アクティブユーザー数は 13 億 9000 万人			グーグル、興味に合わせてコンテンツを表示する「Discover」をモバイル
	2	LINE、月間アクティブユーザー数は 1 億 8100 万人			向けに提供
		Google が検索アルゴリズム変更。サイトのモバイル対応度を重視			TikTok 擁する Bytedance が 30 億ドル調達報道。評価額は 780 億ドルで
		2014 年の国内広告費は 6 兆 1522 億円。ネット広告は初の 1 兆円超え (電通)			世界一に
	3	「Android 5.1」公開。複数 SIM への対応や盗難対策を追加		12	SNS 利用率、LINE は 80.8%、Twitter は 42.8%、インスタ 35.8% (ICT 総研)
	4	バイドゥ、日本の検索サービス終了。今後は Simeji などモバイルに注力	2019	1	楽天、グループのスポーツスタジアムを完全キャッシュレス化へ
		2014 年のデジタル音楽配信、CD やレコードの売上を上回る			ネットフリックス、190 か国以上に提供で会員 1 億 3900 万人
		パナソニック、Firefox OS 搭載 4K スマートテレビを国内販売開始		2	国会図書館が「ジャパンサーチ」試験版公開。書籍や文化財のデジタルアーカイブ検索
	5	マイクロソフト、Android スマートフォン向け Office アプリを正式リリース			文科省が学校へスマホ持ち込み禁止の指針を見直しへ。災害時など考慮
		アマゾン、住宅リフォーム分野に参入。「リフォームストア」開始		3	スマホ 1 つで入居できる賃貸住宅「OYO LIFE」始動
	7	アップルが音楽サービス「Apple Music」を提供開始			LINE Pay とメルペイ、業務提携で「MoPA」設立。後にドコモと KDDI
		「Windows 10」正式版が提供開始			も参加
		「LINE」の Google Chrome アプリ版が登場。複数デバイスから利用可能		4	マイクロソフト、Office など自社製品向けに新元号「令和」パッチ提供
	8	Facebook、1 日の利用者が 10 億人を超える = 地球上の 7 人に 1 人			インターネットメディア協会 (JIMA) 設立。ネットメディアの課題を共有
		アマゾンが日本でも定額動画配信サービス「プライムビデオ」開始		5	スマホ利用者は 7000 万人を超え。成長率は鈍化 (ニールセン)
	11	Google、音楽アプリ「Youtube Music」リリース			LINE、信用情報サービス「LINE Score」を開始
		LINE、タイムラインに広告を表示。ユーザー属性・興味関心に応じて配信		6	「7pay」で約 900 人・5500 万円の不正アクセス被害。全チャージと新規登録を
		Google、「忘れられる権利」の状況を可視化する「透明性レポート」更新			停止
					日本国内の LINE 月間利用者数は約 8100 万人
					Society5.0 時代の持続可能な地域社会の構築 (総務省重点施策 2020)
					「7pay」9 月末で終了。7 月のサービス開始から 2 か月で
					PayPay、登録ユーザー数 1500 万人突破

出典：インターネット白書編集委員会 編 (2016～2020)『インターネット白書』株式会社インプレス R & D のデータ を基に作成

第7次「郡上村」調査からみる農山村と地域コミュニケーション

利便性から既存のコミュニティの新しいコミュニケーションツールとしても活用されている。NTT ドコモモバイル社会研究所の「2020年一般向けモバイル動向調査」によれば、2020年1月時点において無料通信アプリ「LINE」の利用率は72.6%であることを明らかにしており、10代から70代まで幅広い層に普及していることを示している。2011年の東日本大震災時に「大切な人と連絡を取れる手段が必要」という思いから生まれた同アプリは、SNSとしての特性を持ちつつも、実社会や既存のコミュニティにとっての新しいコミュニケーションツールとして活用されている。このように、10年間のICT環境の変化は人々のコミュニケーションおよびライフスタイルに大きな影響を及ぼしていることがわかる。

(2) スマートフォンからフィーチャーフォンへの端末利用の変化

前述および図表3・4が示すように、第5次調査を実施した2009年以降、社会の販売状況と保有状況が急激にフィーチャーフォンからスマートフォンへとシフトした。「モバイル端末全体」や「スマートフォン」「タブレット型端末」の保有率が増加するとともに、「固定電話」や「パソコン」「FAX」といったそれまでのコミュニケーションツールや、「家庭用ゲーム機」「携帯型音楽プレイヤー」といった娯楽ツールが減少傾向にある。

(3) インターネットの人口普及率と利用の変化

総務省「通信利用動向調査」によれば、インターネットの利用割合は2010年の78.2%から横ばい状態でありつつも、2019年に89.8%へと約11ポイント増加し、およそ9割の人々が利用していることがわかる（図表5）。機器別によるインターネット利用割合の推移（図表6）では、「スマートフォン」が2011年16.2%だったのに対し、2019年では63.3%と急増している。また、前述のスマートフォンへのシフトチェンジと関連するように、「パソコン」が62.6%から50.4%、「携帯電話・PHS（スマートフォンを除く）」が52.1%から10.5%へと減少している。このことから、スマートフォンが人々にとってマルチツールの「生活インフラ」の必需品となっていることがわかる。

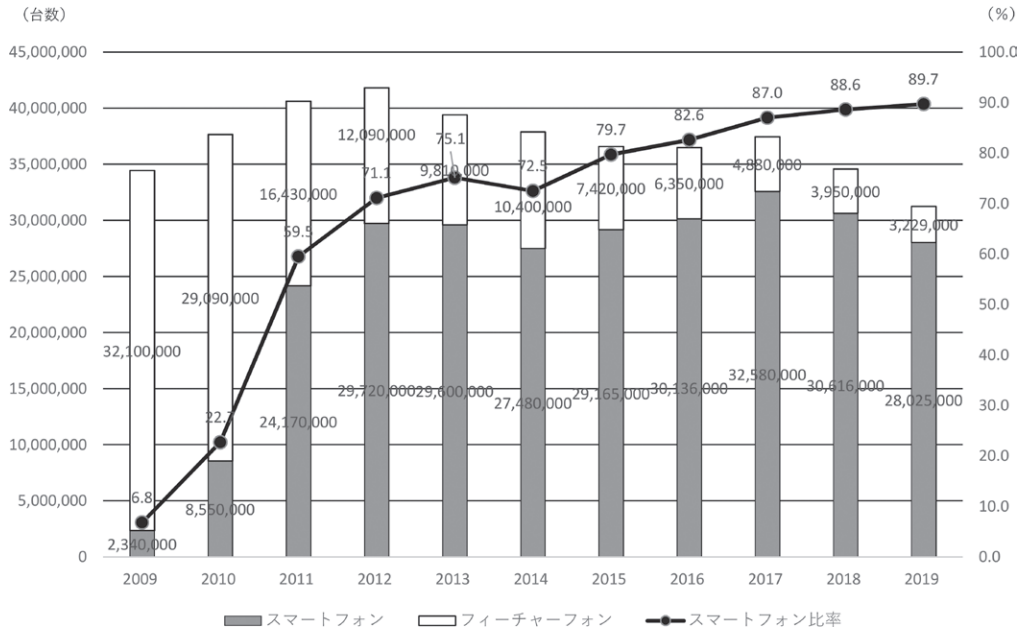
3. 携帯電話およびインターネットの住民利用の変化

(1) 調査結果と比較

住民の携帯電話所有率は、第5次調査と比較して明らかに増加した（図表7）。第5次調査では、「家族全員ではないが」が54.1%と過半数を占めていたのに対し、今回は「家族全員がそれぞれの」が52.4%と主流になっている。また、本調査においては「誰も持っていない」と回答した者はいなかった。

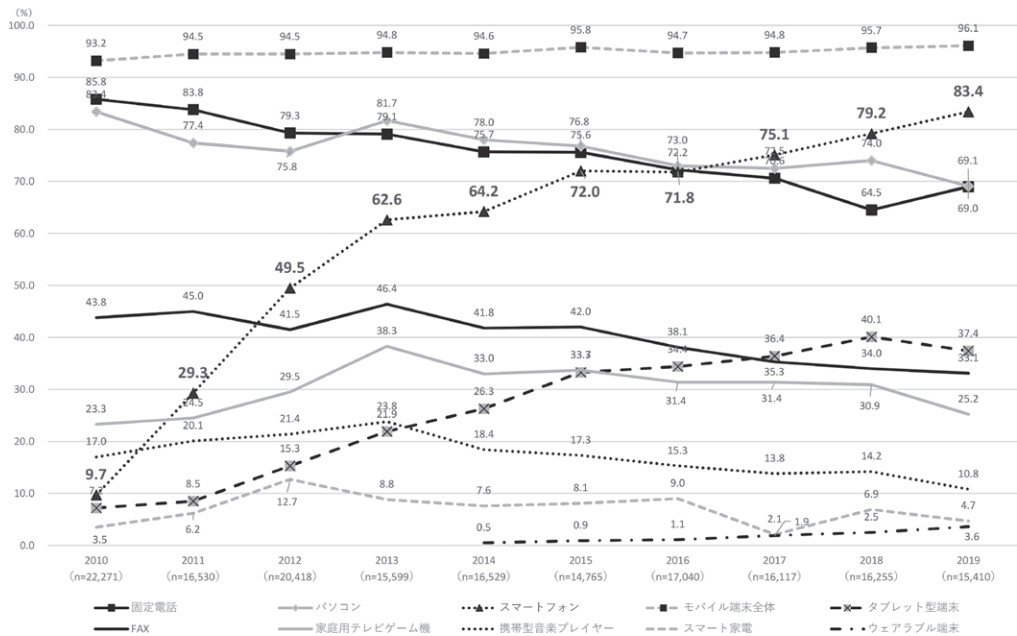
携帯電話の所有者状況（図表8）についても、「あなた自身」が前回よりも約24ポイント増の87.8%と高い。また、「父（義父）」、「母（義母）」の所有率も前回の調査より、20ポイ

図表3 スマートフォンとフィーチャーフォンの出荷台数の推移と比率



出典：MM 総研 (2009~2019)「年度通期国内携帯電話端末出荷概況」のデータを基に作成

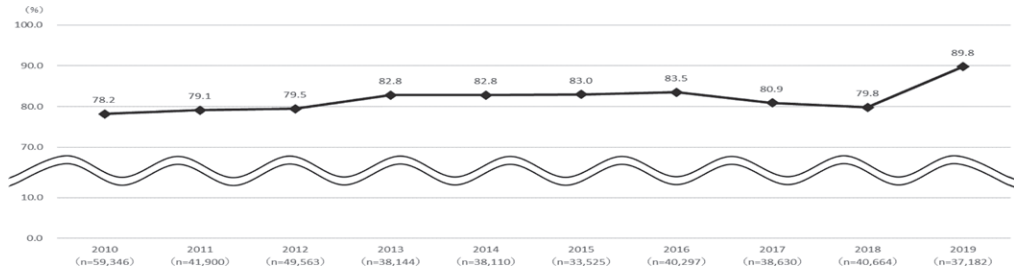
図表4 情報通信機器の保有状況の推移 (世帯)⁷⁾



出典：総務省 (2010~2019)「通信利用動向調査」のデータを基に作成

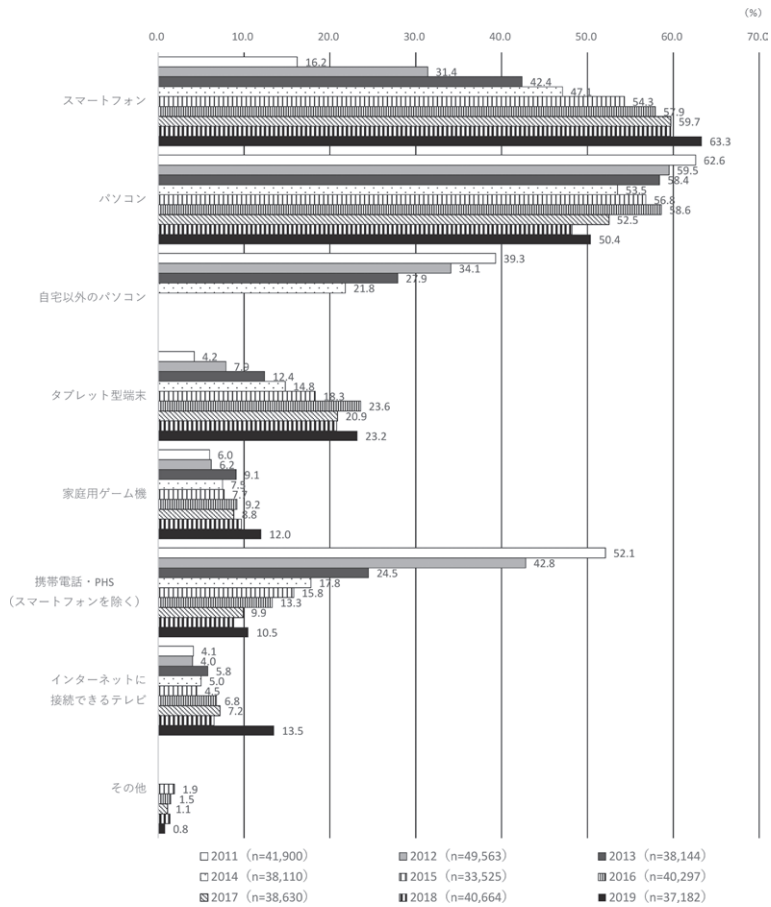
第7次「郡上村」調査からみる農山村と地域コミュニケーション

図表5 インターネットの利用割合の推移（個人）



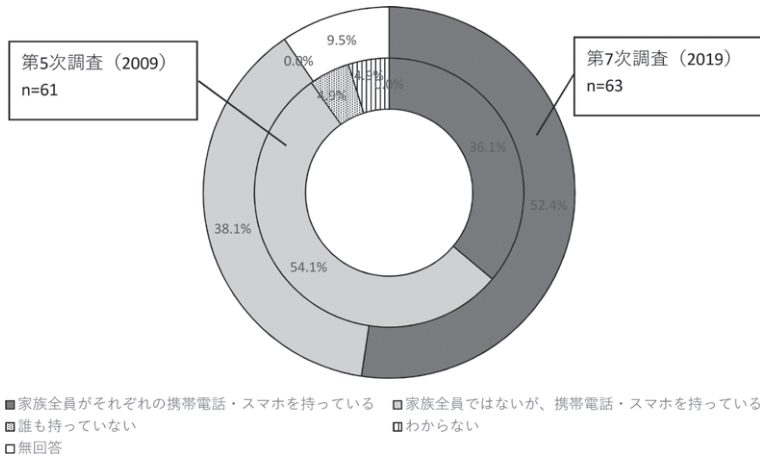
出典：総務省（2010～2019）「通信利用動向調査」のデータを基に作成

図表6 機器別インターネット利用割合の推移（個人）⁸⁾

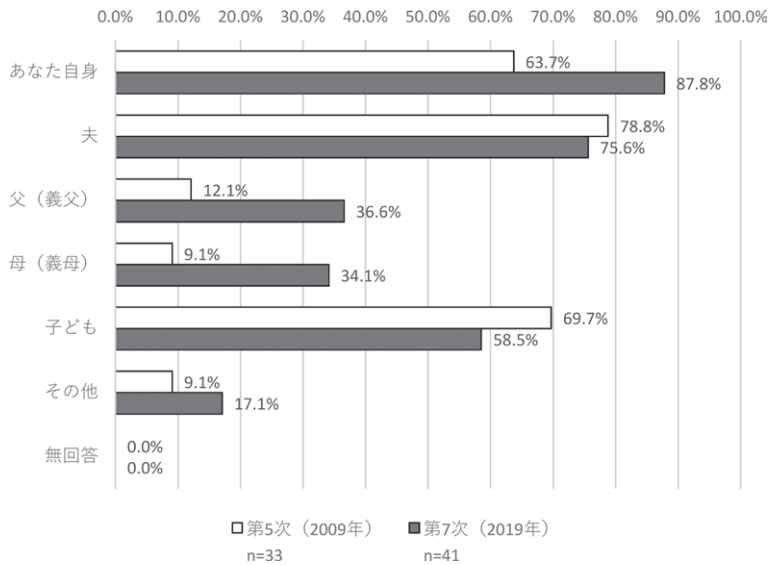


出典：総務省（2011～2019）「通信利用動向調査」のデータを基に作成

図表7 携帯電話所有状況の推移⁹⁾



図表8 携帯電話の所有者状況の推移

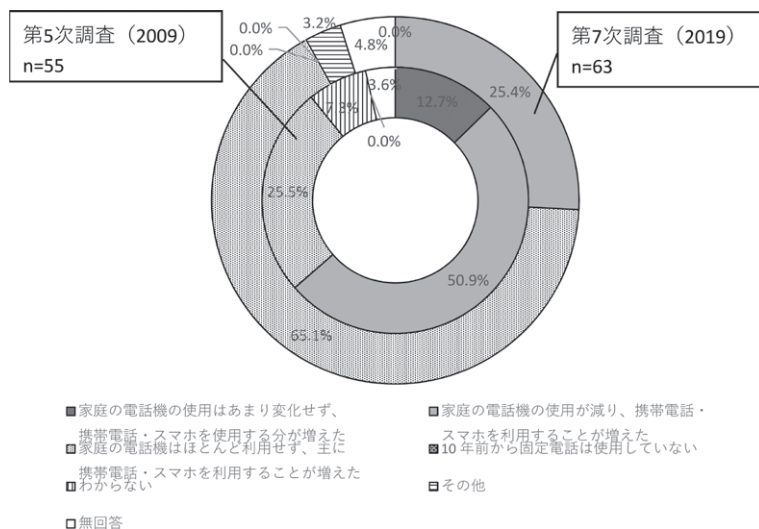


ント以上高い傾向にあり、モバイルデバイスが各個人へと普及していることがうかがえる。一方で、「子ども」の割合が約11ポイント減少している。これは、「郡上村」の住民の高齢化および「子ども」世帯との別居の増加を意味しているのかもしれない。

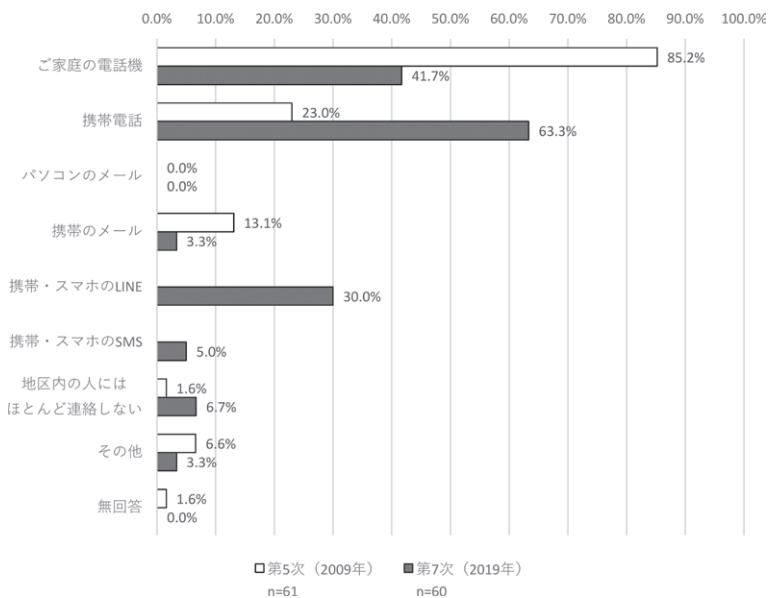
家庭電話機の使用状況の変化については、スマートフォンの利用により「固定電話」の利用が減少ないしは「ほとんど利用しない」傾向が強化されたことがわかった(図表9)。これに関連して、第5次調査では村内の連絡手段の85.2%を占めていた「ご家庭の電話機」が、41.7%に減少し、「携帯電話」が23.0%から63.3%へと主流化していることがわかった(図表10)。一方で、村内での連絡手段としては固定電話利用がまだ根強い傾向もうかがえ

第7次「郡上村」調査からみる農山村と地域コミュニケーション

図表9 家庭電話機の使用状況変化の推移¹⁰⁾



図表10 村内での連絡手段の推移¹¹⁾

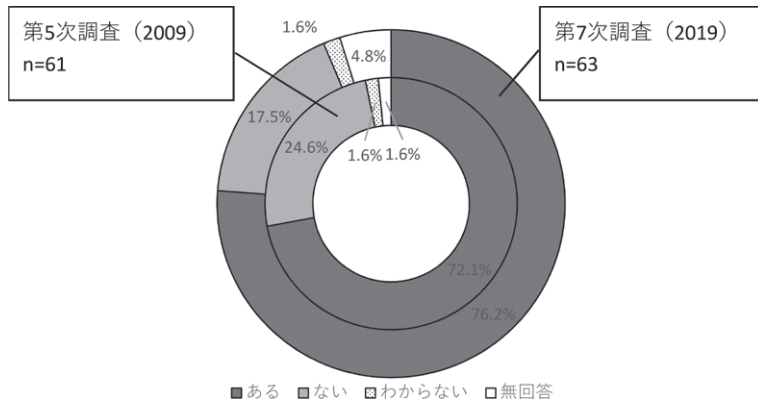


た。

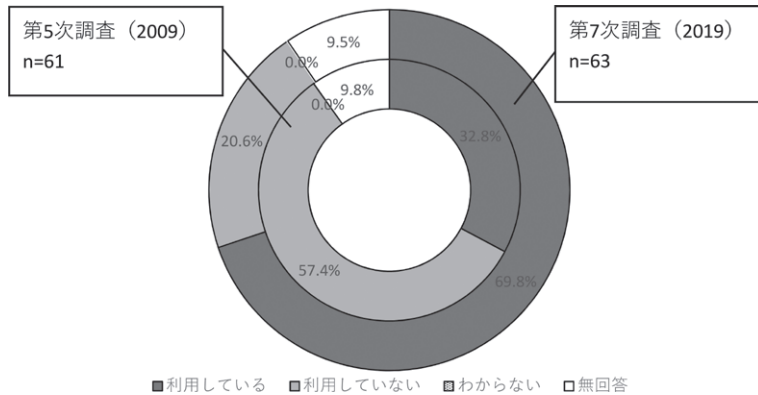
パソコン所有の推移については（図表11）、「ある」と回答した割合が約4ポイント増加し、「ない」と回答した割合が7ポイント減少しているため、増加傾向にある。しかし、携帯電話ほど所有率は増加していないことがわかった。

インターネット利用の推移（図表12）については、「利用している」と回答した割合が第

図表 11 パソコン所有の推移



図表 12 インターネット利用の推移

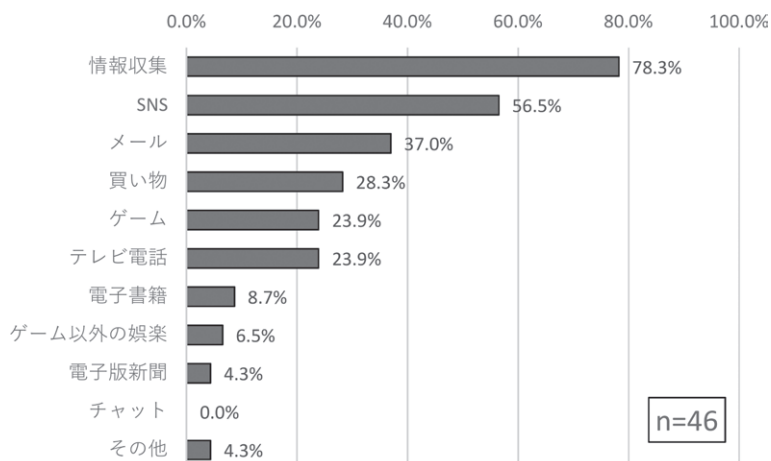


5次の32.8%から、69.8%に急増し、「利用していない」と回答した割合も57.4%から、20.6%へと大幅に減少していることがわかった。これは、パソコンの所有率増加よりも、携帯電話（おそらくスマートフォン）の所有率の増加によりインターネット利用が身近なものとして時間・場所・空間に捉われず使いやすくなったことから急増したのではないかと推測できる。それと関連して、インターネット利用方法（図表13）は「情報収集」78.3%、「SNS」56.5%が利用目的として多数を占めるものの、「買い物」28.3%、「ゲーム」23.9%、といった生活や娯楽要素にも多く利用されている傾向がうかがえる。

4. まとめ

日本全体の傾向と同様の結果とは言えないまでも、「郡上村」においてもICT環境が普及・活用されていることがわかった。それまで活用していたコミュニケーションツールは、新しいコミュニケーションツールへと変わる。しかし、「限界集落」として低下していた集落機能や、離れて暮らす血縁・地縁、あるいは時間・場所・空間に捉われない新しいコミュ

図表 13 第7調査における住民のインターネット利用方法について



ニティの形成・維持・強化の一助としても ICT 技術の発展・普及・活用は担っているのではないだろうか。また、スマートフォンやインターネットが「限界集落」においても、生活や娯楽の「生活インフラ」として活用される兆しがうかがえ、今後の変化が期待される結果となった。(山中雅大)

IV 「郡上村」における「ローカリティ」—電話利用の変化を手がかりに

1. 本論の目的

本稿では、2019年に行われた「第7次郡上村調査」の結果から、メディアの利用状況の変化、中でもひとびとの電話の利用状況の変化に注目する。2009年に行われた第5次調査と2019年の第7次調査の10年の間に起きた世界的な通信環境の変化と、この地域のメディア接触の変化の関わりに着目しながら、郡上村の「ローカリティ」が激しい変容の波から被った影響について考えてみたい。

2. グローバルな通信環境の変化と「郡上村」の電話利用状況の変容

まず、2009年前後の日本のICT環境における最も大きなインパクトといえば、やはり2008年のスマートフォン（アップル社のiPhone）の登場ということになるだろう。2007年のアメリカでの登場から1年遅れて日本市場に投入された世界初の「スマホ」iPhoneは、創業者スティーブ・ジョブズのカリスマ性もあいまって瞬く間に世界の携帯電話市場を席卷した。その後、Google社のAndroid、マイクロソフト社のWindows Mobileなど、競合するオペレーティングシステム（OS）やスマートフォン端末が相次いで市場に投入され、熾烈なユーザ獲得競争が繰り広げられた。その結果、それまで日本の携帯電話市場を独占的に

支配していた国産独自 OS 搭載の「ケータイ (フィーチャーフォン)」はその「閉鎖性」を指摘され、他ならぬ日本のユーザ達から「ガラケー (ガラパゴスケータイ)」などと酷薄に揶揄され、駆逐されて、市場から姿を消していったことは周知の通りである。

それ以降、いまや人々のメディア接触、生活インフラの中心は固定電話からケータイ、特にスマホへと急速に移行した。総務省『平成 30 年 通信利用動向調査』をもとに作成された『情報メディア白書 2020』のデータによると、2009 年の固定電話の世帯普及率は 91.2% であったのに対し、2018 年は 64.5% に低下している。一方、携帯電話と PHS を含んだモバイル端末全体の普及率は 2009 年が 96.3%、2018 年が 95.7% と高止まりする中で、2018 年のモバイル端末全体の世帯普及率 95.7% のうちスマートフォンの占める割合は 79.2% と高い数値を示していることから¹²⁾、いまや日本で利用されるモバイル端末はスマホという「グローバルな」規格でほぼ統合されつつあると見てよいだろう。

そして、その傾向は「郡上村」においても例外ではなかった。第 5 次郡上村調査では、2009 年 3 月時点での二人世帯以上の携帯電話所有率は 90.2% であったのに対して、今回の第 7 次調査でも 90.5% と高止まりしているという結果が得られた（「問 7 携帯電話・スマホの所有状況」回答参照）。上述の全国数値に比べればやや普及率は低いようにも思われるが、今回の調査で選挙人名簿から算出した調査対象地域の女性の年代別人口比率では、60 歳以上人口が 59.3% (54 名) を占め、高齢化比率の高さという要因を差し引けば、モバイル通信環境の普及については郡上村もほぼ全国と変わらない状況にあると見てよいだろう（「郡上村」選挙人名簿に見る女性の年代別人口比率」参照）。

さらに、本調査の主対象である世帯内の妻に対するアンケートでも、携帯電話の所有率は 87.8% と夫の 75.6% を上回り（「問 7 携帯電話の所有状況」参照）、また有効回答数 60 件のうち、「家庭の電話機の使用が減り、携帯電話・スマホを利用することが増えた」が 16 件、「家庭の電話機はほとんど利用せず、主に携帯電話・スマホを利用することが増えた」が 41 件で合計 57 件（システム欠損値の 3 件を加えても全体の 90.4%）となっている（「家庭電話機の使用状況の調査」参照）。また、「同じ集落内の人への連絡手段」の結果を参照すると、この 10 年間で、同じ集落内の連絡手段の為の固定電話の利用率は 85.2% から 41.7% に低下、その一方ケータイやスマホの電話の利用率は 2009 年の 23.0% から 63.3% へと大きく上昇している。「郡上村」でも、他の地域の世帯同様、もはや固定電話など所有せず（あるいはあっても使用せず）、同じ地域内のコミュニケーションでも主役がスマホとなっていることは明らかであるように思われる。郡上村内の女性たちの中の通信手段の主役は、他の地域同様、固定電話からモバイル端末（特にスマホ）に移行したと考えてよいだろう。

第 5 次までの調査でも明らかにされたように、「郡上村」がほかの地域と比べて通信インフラの整備や普及が遅れているということはない¹³⁾。そして、仕事、結婚、さらに技術環境の発達を含めた充実した外部との「交通」がこの地域を「生きたむら」としている要因と

いえることも、第6次までの調査で明らかになった¹⁴⁾。その「生きたむら」に、この10年間に急速にスマホが流れ込んだことで何が生じたか。他の地域と変わらぬ通信環境がこのむらにも導入されているということは、表面的に見れば、グローバリゼーションの画一化の波にこの地域もまた飲み込まれつつあるのだ、というようにもいえるかもしれない。だがその一方で、これまでの質的調査からすれば、「郡上村」が他と変わらぬコミュニティとなったとはやはり言い難いように思われる。

では、何が「郡上村」を「郡上村」たらしめているのか。

3. 考察と議論—「ローカリティ」はどのように産出されるか

もちろん、この10年間の世界的なICT環境の激変の影響が、すべての人々にとってきわめて大きなものであることは疑うべくもない。スマホをはじめとするモバイル端末は既に日常生活において欠かせない基盤となり、また隣家のことよりも遠く離れたSNS上のコミュニティとの関係性にリアリティを感じることは、全てのモバイル端末利用者にとって身に覚えのある感覚であろう。世界中の他の地域と同様、郡上村の女性達のコミュニケーション手段の中心も、家の玄関や居間に置かれた固定電話の共同空間からスマホを中心とした個別空間にシフトしていったのだとしたら、郡上村でもまた私密的な「親密圏」と新たな「身体性」が生産されはじめたのだと考えることはできよう。

しかしここでは、通信環境の変化がコミュニティを根こそぎ変えていくといったような乱暴な技術決定論ではなく、ひとや資本の移動や定着、新しい技術の登場などの諸要因が複層的に絡み合い、新たな文化が生産されていくという立場を採る方が妥当であるように執筆するには思われる。例えば、文化人類学者アルジュン・アパデュライの議論では、グローバルな文化的フローが「地域性」などを根こぎにし、文化、社会の画一化を進めていくというよりも、メディアや技術（テクノロジー）、金融資本や社会運動、ひとびとの移動などのいくつかの「地平scape」が交差する中で、重層的かつ動的に構成されていくものとして文化を捉えるべきと提起されている¹⁵⁾。アパデュライによれば、「ローカリティとは、何よりもまず関係的でコンテクスト的なものであって、スケールにかかわるものでも、空間的なものでもない」。そして同時に、アパデュライは「近接 neighborhood」という概念を採用することによって、変容を迫られるローカリティの再定義を図ろうとする（Appadurai 1996=2004：318）。アパデュライの議論の賭金となっているのは歴史やコミュニティを構成するコンテクストの問題であり、グローバルなメディアやテクノロジーの影響による地域への画一化の圧力ということだけでは捉え切れない「離接的 disjunctive」な現代社会の作られ方なのである。

4. まとめ—「郡上村」を「生きたむら」としているものは何か

上記の議論にそって考えるならば、「郡上村」に他の地域と同様の ICT 環境が導入されたといつて、すぐに同様のコミュニティが登場するということにはならないだろう。では、このむらを他とは異なるユニークなコミュニティたらしめているものはなにか。800 年以上の長きにわたるむらの歴史だろうか（エスノスケープ）。近隣の郡上八幡に全国でも先駆けて CATV が開局され、有線放送電話が整備されるなど、先進的かつ独自のコミュニケーション空間が身近にあったというむらの背景だろうか（メディアスケープ、テクノスケープ）。日本の近代を支えた林業と近隣の自動車産業の存在だろうか（ファイナンススケープ）。それとも、確固たるむらのオピニオンリーダーの存在だろうか（イデオスケープ）。

おそらくは上記のうちのどれかひとつということではなく、複数の要因が交差することで、郡上村の「ローカリティ」は構成されてきた。そしてきっとそれは、いまでも絶え間なく変化しながら、むらのハビトゥスのもと「再生産」を続けている。これまでの調査によって積み重ねられた各種のデータと、むらのひとびとの声を浮かび上がらせることで、重層的かつ立体的にむらの姿をモデル化すべく捉えていくこと、それを執筆者自身の次なる課題としたい。（山崎隆広）

V 「郡上村」住民の生活意識と行動—訪問時インタビュー調査結果の分析を中心に—

1. 「郡上村」調査における質的アプローチの意義と本章の射程

本調査は、事前に調査票を郵送して実施する質問紙調査と、調査員が各家庭に調査票を受け取りに行った際に行うインタビュー調査（以下訪問時調査）の 2 段階で構成されている。

このような量的アプローチと質的アプローチを併用する調査法は「混合研究法（mixed methods research）」と呼ばれている。混合研究法は、教育、看護、健康科学等の実践的志向の強い分野で先行して普及し、「単一の研究あるいは一連の調査プロジェクトの中で、調査者が量・質両方のアプローチ・方法を用いて、データを収集・分析し、知見を統合し、推論を導き出していく研究」（中村 2013：6）と定義づけられている。この量と質を架橋するための戦略として、デンジンはトライアングュレーション（三角測量）という用語を用いて、a) 同一のデータセットの分析にいくつかの異なるパースペクティブを用いる「理論トライアングュレーション」、b) マルチプルなサンプリング戦略を用いてデータを蓄積する「データ・トライアングュレーション」、c) フィールドで 1 人以上の調査者を使う「調査者トライアングュレーション」、d) 同一の課題を研究するためにマルチプルなメソッドを用いる「方法論的トライアングュレーション」の 4 種を挙げている（Denzin 1978：340、後藤 2013：23）。

「郡上村」調査について見れば、本調査を一貫して先導してきた田村が「コミュニケーシ

第7次「郡上村」調査からみる農山村と地域コミュニケーション

ョン学という視点から新しい地平を目指した世代と学問の専門領域をまたぐ研究」(田村 2010: 62)と述べているように、デンジンの述べるところのトライアングレーション的思考が張り巡らされていると言えよう。1973年の第1次調査より、2019年の第7次調査に至るまで、質問紙調査(郵送留置法)と訪問時調査を並行して実施してきた(第6次調査のみ生活史調査を実施)。さらに、複数の調査メンバーが、「郡上村」に1週間程度滞在し、訪問時調査と共に、有力者へのインタビュー及び現場のフィールドワークを行ってきた。この地道かつ継続的な「混合研究法」の採用により、「郡上村」の状況を多角的かつ多元的に把握してきた。

しかしながら、本調査で得られた知見が膨大であるが故に、これまでは質問紙調査結果を中心とした分析が行われ、訪問時調査については、どちらかと言えば質問紙調査の補足として扱ってきた傾向があったのではないか。そこで、本章では、訪問時調査にフォーカスし、テキストマイニングを用いた分析方法を一部用いて、防災への取り組み、災害対策、この地区の将来に関するインタビューデータを分析する。これにより、「郡上村」住民の生活意識と行動の一端を明らかにすることを企図している。

2. 「郡上村」調査における質的調査概要

(1) 調査設計

「郡上村」調査は、「日本の『農村社会学』が主眼としてきた、農村の経済構造、権力関係、生産状況の調査ではない」(田村 2015: 129)。調査対象である「主婦」がコミュニケーション・メディアの技術革新をどのように受け止めてきたのか、また、それらに伴い、生活意識・行動はどのように変化しているのか、といった点を中心に調査を行ってきた。訪問時調査は、質問紙調査で把握しきれない生活の状況や行動についてより深く把握することを目的としており、その具体的な質問項目については、図表 14 の通りである。

(2) 分析方法

質的データの分析方法は様々だが、いずれにしても「対象の集団や人物が置かれている状況や環境、当事者の行為とその目的、ある現象に対する当事者の見方や解釈など」(二階堂 2013: 184)を明らかにすることが肝要である。そこで、本章では、テキストを対象としたデータマイニングの一種であるテキストマイニングを使用し、そこで得られた結果を踏まえて、考察を行っていく。テキストマイニングについては、ユーザーローカルテキストマイニングツール(<https://textmining.userlocal.jp/>)を利用した。まず、テキストファイルの各行に1件ずつ入力された自由記述を読み込ませた。この時に、カスタム辞書設定を行い、同一の意味をもたらす語(例: 鍵とカギ)については、重複抽出されないように事前処理を行った。また、プライバシー保護のため、当該地域名称の除外語指定を行った。さらに、調査

図表 14 第7次調査における訪問時インタビュー調査項目の詳細

確認	10年ほど前、これと同じ調査をしたことがあるのですが、貴女も応じられた記憶がありますか。
家族の同居状況	祖父、祖母、義父、父、義母、母、息子、娘など、同居状況の詳細を聞き取る。
有力者	・この地域で有力者といったら、どなたになりますでしょうか。 ・この地区で、東京のニュースをよく知っている人を1名挙げていただけますか。
生活水準	あなたの生活水準は、この地区の他の方と比べてどの程度でしょうか。
仕事	どのようにお仕事をされていますか（仕事内容・仕事の変化）
嫁ぎ元	ここに来られる前はどちらにいらっしゃいましたか。
学歴	あなたの最終学歴に近いものはどれですか。
郵便局・コンビニ利用	・普段、郵便局はどのように利用していますか。 ・コンビニにはよく行きますか。
防犯・災害	・防犯への取り組みはどのようにされていますか。 ・災害（地震、豪雨など）対策はどのようにされていますか。
将来	この地域の将来をどのように考えていらっしゃいますか。

メモで明らかに誤記と思われるものについて事前処理を行った。その上で、ワードクラウド機能を使用し、文章中に出現するスコア¹⁶⁾が高い単語を複数選び出し、その値に応じた大ききで示した図を抽出した。さらに、必要に応じて、共起キーワード機能を使用し、文章中に出現する単語の出現パターンが似たものを線で結んだ図を抽出した。それぞれの語がどのように用いられているのか、文脈を探った。強い共起関係ほど太い線で、出現数の多い語ほど大きい円で描画されている¹⁷⁾。

3. 「郡上村」住民の生活意識と行動

(1) 調査対象のプロフィール（家族構成、仕事、最終学歴）

第7次調査で訪問時調査に応じたのは43世帯（前回45）である。43世帯のうち、18世帯（41.9%）が「前回の調査に応じた記憶がある」と回答しており、半数近くがパネル化されている。家族構成は、前はほぼ見られなかった単身世帯が増加し、2人世帯の場合は夫婦のみ、3人以上になると三世帯同居が増加する。義父母、自分の子供達を含めると同居している家族が7人～10人の世帯も複数あり、家族構成が一層多様化していることがうかがえる。

仕事については、「区内もしくは家の周辺で仕事をしている」が3人（前回12）、地区外で働いている人が21人（前回11）となっており、前回と比較すると、地区外に働きに出

第7次「郡上村」調査からみる農山村と地域コミュニケーション

る割合が高まっている。また、仕事内容については、前はパートや福祉関係が多かったものの、今回はフルタイム且つ教育、福祉、サービス業と多岐に渡っており、域外での仕事が当たり前のことになったことがうかがえる。

最終学歴については、高校卒が18人(41.9%)、専門学校・短大・大学卒が16人(37.2%)と続いている。前回調査では、高校卒が13人(28.9%)、専門学校・短大・大学卒が7人(15.6%)だったことをふまえると、この10年間で高学歴化が急激に進んでいる。

(2) 生活水準に関する自己認識

「地区の他の人と比べて生活水準」について7段階に分けて尋ねたところ、「上」と回答した割合は前回とさほど変わらず(4.6% 前回4.4%)、「中」が漸減(74.4% 前回77.6%)、「下」が微増(5% 前回8.9%)となった。なお、内閣府「令和元年度国民生活に関する世論調査」における「世間一般からみた生活水準」は、「上」が1.3%、「中」72.8%(中の上12.8%、中の中57.7%、中の下22.3%)、「下」(4.2%)であった。トータルで見れば、全国の傾向と大きな差は生じていないが、時間軸(2009調査)、場所軸(内閣府調査)の双方から眺めてみると、「中の中」の割合が下がっている(図表15)。

図表15 「あなたの生活水準は、この地区の他の方と比べてどの程度でしょうか」回答

(単一回答)		2019 調査		2009 調査	
		回答数	%	回答数	%
全体		40	100	45	100.0
1	上の上	1	2.3	2	4.4
2	上の下	1	2.3	0	0.0
3	中の上	5	11.6	3	6.7
4	中の中	20	46.5	28	62.2
5	中の下	7	16.3	4	8.9
6	下の上	2	4.7	1	2.2
7	下の下	1	2.3	3	6.7
8	わからない	3	7.0	3	6.7
9	回答拒否	0	0	0	0.0
	無回答	3	7.0	1	2.2

(3) 防犯への取り組み

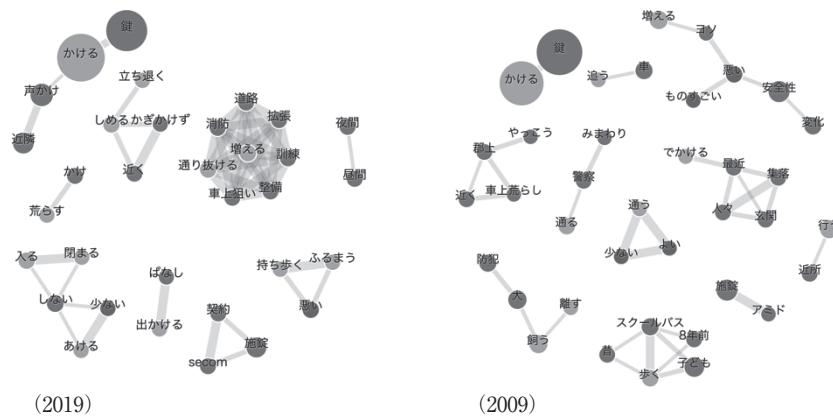
都市化、過疎化、核家族化など時代が変化する中で、地域コミュニティの弱体化が進展し、

地域の持っていた防犯機能が低下したという指摘が各所でなされている。では、「郡上村」においては、住民は実際にどのような防犯への取り組みを行っているのか。先述したワードクラウドを抽出したところ、2019 調査、2009 調査共にスコアが高い単語として「施錠」「鍵」が抽出された。さらに、共起ネットワーク分析を行ったところ、2009 調査では、「鍵」「かける」と「近所への声かけ」が連結されていたが、2019 調査では、それらの連結がなくなっている。各々の家庭で独自に防犯に取り組みはじめたことが推測できる（図表 16）（図表 17）。

図表 16 「防犯への取り組み」に関するワードクラウド



図表 17 「防犯への取り組み」に関する共起ネットワーク



(4) 災害対策

これまでの調査では、多くの住民から、「郡上村」は元々災害が少なかった地域であり、特に備えは必要ないという声が多かった。しかしながら、2009 調査以降、大規模災害が各地で起きている中で、現在、住民はどのような災害対策を取っているのだろうか。

ワードクラウドでは、2019 調査、2009 調査共にスコアが高い単語として「避難場所」が

第7次「郡上村」調査からみる農山村と地域コミュニケーション

抽出された。これについては、郡上市が自治会エリアごとに作成し配布している「郡上市土砂災害ハザードマップ」（当該集落内に自治会が設定した一時避難場所が2箇所、公的施設を利用した一時避難所が2箇所設定されている）の影響があることが推測される。2009 調査では、避難場所については、「川があるため実際たどりつくかは疑問」「山の方が早そう」「公民館は危ない」といったようにあまり実動していなかったようだが、2019 調査においては、「避難場所はかえって危険」という声も一部にはあるものの、「避難場所は公民館」「F氏の事務所が避難場所」といったように、災害時の避難方法が浸透してきたことがうかがえる。また、食糧の備蓄、防災訓練、防災無線の設置等、各家庭における防災情報収集が不断に行われており、この10年間で防災に関する意識はかなり高まったことが推測される（図表18）。

図表 18 「災害対策」に関するワードクラウド



(5) 地域の将来

「郡上村」の将来について、住民はどのように捉えているのか。ワードクラウドをみると、2009 調査では、「不便」「過疎化」というキーワードと共に「住みやすい」が高いスコアを示したが、2019 調査では、「高齢化」が突出して高いスコアを示した。2019 調査の個別意見を見ると、「高齢化」と共に「人口減少」「人口減」「若い人が出ていく」「残る若者が少ない」「跡継ぎ不足」「空き家」というワードが挙げられており、10年前よりも高齢化が実際の生活に影響を及ぼしていることが推測できる。一方で、2019 調査に初めて協力してくれた若い層の主婦たち（多世代同居が多い）からは、「このまま変わらずが良い」「住むには良い」「このまま維持すれば良い」「『郡上村』が存続していくように活性化させたい」という回答があった。他地域での経験、自分の現在の生活から、「郡上村」の良さが認識されているのではないかと推測できる（図表19）。

4. まとめにかえて

以上、限定された範囲ではあるが、訪問時インタビュー調査結果を中心に、「郡上村」住民の生活意識・行動について分析を行ってきた。防犯への取り組みや災害対策については、

図表 19 「『郡上村』の将来」に関するワードクラウド



10年前よりも各家庭で具体的な取り組みが進みはじめていることが推測される。一方で、高齢化の進展が「郡上村」の実際の生活にも影響を与えており、「郡上村」の将来は必ずしも楽観視されていない。しかしながら、若年層が地元の良さを感じていることで、今後このまま沈滞することはあまりないのではないかと考えられる。

今回は、訪問時調査に重点をおいた分析を行ったが、紙幅の都合もあり、その分析はかなり限定されたものに留まっている。次は、各次調査結果よりパネル分析を行い、生活意識・行動に影響をもたらす要因をより多角的に探っていきたいと考える。(牛山佳菜代)

VI 「生活圏」の概念構成と重層及びマクロ視点からミクロ視点へのフォーカス

「ある町を知るのに手頃な一つの方法は、人々がそこでいかに働き、いかに愛し、いかに死ぬかを調べることである。」『ベスト』アルベール・カミュ (宮崎峯雄訳)

1. 「郡上村」の主婦たち 彼女たちは何者か？

自然と社会、個人と組織、家庭と会社、地方と都市、人生と歴史、現実と物語、常時と非常時、それらの既知と不知との乖離を埋め合わせ、近づけようとも遠ざけようともする人の相互作用がコミュニケーションである。現代家族において、「主婦」に求められる役割は多様化し、深化し、たとえ、家族的機能がアウトソーシングされる状況にあっても、彼女たちのやりとりには、常に自律的な判断が求められてきたし、これからも求められるであろう。

彼女たちは、調査設計の段階から、所属する構成家族においてメディア利用について最も把握しており、かつメディアの個人利用が最も浸透していると予想され、家族内外のコミュニケーションにおいて「核」となる機能を果たしていると考えられた。

日本の農山村研究は、「自然村」や「家連合」・「同族論」, 「指導者」や「生活史」をキーワードとして蓄積されているが、現代の農山村が全国的な過疎化や少子化・高齢化への課題と解決策を模索する中で、その生産機能よりも生活機能の優越度、および隣接される都市と

の利便性や交流に関心が注がれていることから、実験室としての郡上村主婦たちのメディア利用の変遷を主軸とし、その消費・生活形態・コミュニケーション能力に着目し、「生活圏」との関りで得た知見を提示する。ここで「生活圏」とは、日常生活における活動圏域としての「祭祀圏」、「通婚圏」、「通話圏」、「ショッピング圏」、「交通圏」、「介護・医療圏」の総称のことを指す。

尚、郡上村における「生活史」と「指導者」を対象としたリーダーのライフヒストリーへのアプローチは、2009（平成21）年に6次調査で実施されている。

2. 祭祀圏 彼女たちの名字（苗字）と精神生活

調査対象者の名字である村内「姓別構成」は、10の苗字に分類できる。そのうち、S氏が32%（15/47）、F氏が21%（10/47）、K氏が17%（8/47）と、S、F、K上位3つの姓により70%のメジャーを構成し、全47世帯中43名が村外からの「嫁入婚」による「複数氏族共同体」である。聞き取り調査によれば、U氏、S氏、T氏、I氏の4つの姓は、「婿入婚」による単独世帯であるが、3世帯は上記メジャーの姓の住所と同一または隣接住所での在住となっている。また、ほぼすべての世帯が、郡上村上流で、円空で知られる資料館近隣に鎮座するH神社の氏子であり、うなぎを食さない民間伝承と円空信仰、各家庭における木っ端仏の安置がある。この信仰と伝承の村を貫く一本道は、湧き水豊かな「円空街道」としてインバウンド観光需要をも意識し整備され、歴史にも通じている。かつては林業と木炭業、養蚕などの生活を支え、現在も田畑を潤す水資源を求める「農耕・水利共同体」は、「結」と「組み」、「手間替え」の名残とともに、下流の自治会館において定期的な奉仕活動が実施され、コンパクトな「祭祀圏」を形成する。

3. 通婚圏 嫁入婚と「農耕・水利共同体」の維持と強化

それでは、郡上村で育った4名以外の43名の女性は、どこから来たのだろうか。通婚圏とは、婚姻に伴って生じる居住地移転の範囲であり、一般的に女性の嫁入婚に伴う範囲として把握される（合田1976）。実家と嫁ぎ先および各周辺範囲について、日本の農村における一般的な傾向としては、村内婚から村外婚へ拡大するとされており、郡上村も例外ではない。

調査結果では、村内と岐阜県内からの流入は減り、郡上村を含む行政区である郡上市内からが5次調査の時点で一旦は半減するも7次調査ではほぼ倍増している。村内婚については、そもそも村内の「同性不婚」の不文律が考えられる。また、新しい集団形成の促進をした2004（平成16年）年3月1日の7か町村合併による「新共同体」感覚が芽生えたことによるものなのか、はたまた、以前よりも実際範囲が広域となったものなのかまでは定かではない。いずれにせよ、村内婚は少なくなっている。

村外からの嫁入婚により生じた血縁ネットワークは、村内の小規模な氏族ネットワークを

補完し、「農耕・水利共同体」を維持し、強化している。通婚圏としては、ほぼ岐阜県エリア相当となっている。

4. 「通話圏」(情報) 郡上村主婦の通話コミュニケーション

郡上村主婦の通話コミュニケーションはどうであろうか。通常、「通話圏」と言う場合には、電話事業者にとっての区分と電話利用者にとっての通話範囲という意味での区分の二つの意味があることについては、4次調査で触れられている。郡上村の電話利用者が、生活の中でどの方面に通話しているのかの市外通話の地域・通話範囲を比較して変化を見ると、この20年間では岐阜県内での利用が多く、「通婚圏」と重層し、大きな違いは見ることができない。これは、利用する端末が変わっても、コミュニケーションをとる範囲に大きな変化は見られないことを意味する。

5. 2つの「ショッピング圏」郡上村主婦の購買活動

ショッピングは、リアルという意味では同じであるが、店舗型と通信販売利用型の2に分けて考えるアプローチをする。郵送調査にて、近隣各市へのリアル店舗の購買活動について調査した結果、近隣各市での買い物・遊び・病院に関する項目回答は、美濃市へは92.6%と圧倒的に高く、次いで郡上八幡へは78.0%、岐阜市へは67.9%、名古屋42.9%となっている。今回、大阪についての質問項目は用意しなかったが、訪問時の聞き取り調査では、買い物で東京へ出かけることは25%程度と少なく、東京や大阪の大都市圏での購買は極めて少ない。

移動手段は自動車が圧倒的であり、道路整備状況から言えることは、東海北陸自動車道や中部縦貫自動車道の高速道路の整備により、美濃市や岐阜市までの自動車でのアクセスの利便性を向上させているという想定である。また、近隣GMSの存在は見逃せない項目であるが、聞き取り調査をしてみると、実際は、「それほど利便性を感じていない」とのコメントであった。店舗型の「ショッピング圏」は先の「通婚圏」・「通話圏」と重層し、越境する。

それでは、訪問を伴わないリアル店舗としての通信販売についてはどうであろうか。通信販売の利用について質問したところ、1年間で通信販売を利用したかどうかについて、多くなった46.0%と、変わらない22.2%を合わせて、68.2%の方が増えたこと回答し、少なくなったという回答は15.9%、5次から見てもポジティブな傾向が出ている。

その分類は、紙媒体の通信販売カタログ利用60%、インターネット上の通販サイト利用53.3%、テレビの番組・宣伝利用が26.7%と高くなっている。一方、電話・新聞広告・ダイレクトメール・ラジオショッピングの利用頻度は低いものとなっている。

本調査における通信販売の利用の頻度向上は、一方では、利便性の向上を示すものではあるが、他方では、「移動権」の制限を意味するものでもあることに注意する必要がある。

6. 「交通圏」 移動する自由と潜在的問題

自動車の平均保有台数2.6台という郡上市は、購買活動から見ても、一見、自由に移動できる「移動権」が確保されているように思うが、高齢化による交通貧困という問題がある。郡上村の「生活圏の拡大という特徴」については、Ⅶ章で郡上村主婦の「通勤圏」として触れられているが、対象者の「主婦」という特性により、「通学圏」の明確化はできなかった。聞き取り調査では対象者の誰もが、「介護と医療」及びQOLに関心があり、かろうじて「移動権」が確保されているにすぎないという潜在的問題をコメントしている。

7. 聞き取り調査により顕在化された郡上村主婦の問題意識

聞き取り調査によれば、郡上村内外へのアクセスの利便性は、それ以前と比較し客観的に向上しているようにデータ上では思えるが、郡上村村人の関心は別のところにある。

1973年、本第1次調査開始とほぼ同時期に規定された、全国新幹線鉄道整備法による「リニア中央新幹線計画」は、移動時間の短縮化が想定される。実現すれば、東京や大阪といった大都市へのアクセスが増え、東西の移動・生活圏の拡大になることが予想される。それは、現状の南北の郡上川流域日常「生活圏」は、他の生活圏と交差し、東西にも伸びる可能性があると考えられる。しかし、郡上村村人の関心は、拡大された生活圏ではない。むしろ10kmを移動範囲とするローカルなエリアを徒歩で移動し、QOLが高まる日常徒歩「生活圏」への思いであり、それに伴う、各種インフラの整備でもある。この点で、介護・医療についてはどうか。

8. 形成途中としての「介護・医療圏」

かねてより深刻な問題は、少子化・高齢化の進行による「地域の担い手」不足である。現状は医療施設・救急医療へのアクセス状況も良くない。郡上村周辺でも巡回診療が行われているが、聞き取り調査でも、このことを心配する声は多く、医療サービス・介護サービスへのアクセスをどう確保するかは依然として課題であり、郡上村リーダーによるデマンドバスの検討が行われている。

9. 日常ローカル生活圏 生活圏のマクロ視点からミクロ視点へのフォーカスと巡回

聞き取り調査によれば、郡上村のまなごしは、「生活圏」の拡張・拡大ではなく、むしろ縮小された生活圏、「ローカル生活圏」に向けられている。

都市部での通勤・通学、買い物、介護・医療といった宅外への日常生活関連サービスの利便性は、「交通1時間」程度が目安とされている。農山村地域では、豊かな自然、ゆとりのある居住環境に加えて、都市的な生活関連サービスが享受でき、住民が「ヴィレッジプライド」を持って自律的に過ごすことができるかが課題である。

農村社会学での蓄積では、生産と交換機能に重点が置かれたことから、「市場圏」という言葉が用いられ分析されるケースがみられるが、本調査は、メディア利用の変遷を主軸とし、郡上村主婦の消費・生活・コミュニケーション機能に着目した。調査法には、インターネット調査などの新しい手法もあるが、対象者からの有効なエビデンス取得としての郵送・留め置き調査と聞き取り調査に限定し、結果、得られた知見は、以下の通りである。

21世紀初頭の郡上村は、水資源豊富な郡上村の古き良き「祭祀圏」を基本とし、長良川流域の「通婚圏」と「通話圏」は岐阜県エリア相当で重層する。「ショッピング圏」は前者と重層し越境する。さらに、潜在的な問題としての「交通圏」、問題意識として形成途中の「介護・医療圏」が想定され、実験室としての郡上村の「まなざし」は、日常「ローカル生活圏」にある。そしてこれは、郡上村主婦が、村の環境、習慣、人間関係を確かに受容し、変容のプロセスを示すものでもある。(齋藤聖一)

VII 「郡上村」10年の変化―第1次から第4次をふまえて第5次調査時との比較―

1. 生活環境の変化と生活圏の拡張：移動空間の拡大

この調査には、1993年の第3次と2001年の第4次、そして2009年の第5次、2010年の第6次聞き取り調査、さらに2019年の第7次と計5回の調査に参加させていただいた。調査時の村の印象は今回も前回同様、「村は活きている」だった。

ここでは第1次から第4次までの調査をふまえたうえで、第5次と第7次までの調査データを比較してみたい。調査データをもとに、これらの期間において村の生活環境の変化とともに、村人の電話コミュニケーションのあり方に注目して気になった点をいくつか述べていきたい。

まず第4次から第5次までの間に村から市へと変わることによる行政区画の拡張という生活環境の変化があった。2004年3月に郡上郡「郡上村」は郡上市に合併され、村の自治は市行政の影響を受けるようになった。

第3次から第5次にかけての生活環境の変化は高速道路の開通である。東海北陸自動車道が、第3次調査が終わった3年後の1996年4月に美並IC～郡上八幡IC間が開通し第4次調査前の2008年7月には飛騨清見IC～白川郷IC間が開通したことで、全線の通行が可能になった。さらに、第5次調査が行われる直前の2009(平成21)年7月に瓢ヶ岳PA～白鳥IC間での4車線化工事が完了した。村を抜けて県外に出ることができる高速道路ができあがったことで村から外へと生活空間の拡大が可能になった。しかし高速道路は第5次、第7次でも調査対象の主婦たちのライフスタイルに大きな変化は与えなかった。つまり高速道路を利用して日常的に村外へ出かけることはなかったようである。

第5次での「高速道路が開通してから、他地域への外出状況は変わりましたか」という質

第7次「郡上村」調査からみる農山村と地域コミュニケーション

問に対して、「わからない」が52.5%、「わからない」が11.5%、「無回答」が3.3%を合計すると、70.3%の人たちが、ほとんど影響を受けていなかったといえる。第7次での高速道路の利用状況についての質問では、「あまり利用しない」が33.3%、「まったく利用しない」が26.7%で60%の人たちがほとんど利用せず、出かけるときには自動車を利用する機会が多いわりには、郡上市や岐阜市や美濃市などへの買い物など日常の生活利用では高速道路は不要だということだ。

2007年10月に始まった郵政民営化で郵便局がなくなったことで、郵便や預貯金の手続きは村外に出ざるを得なくなった。第5次のときには調査面接時において郵便局の利用の減少や不便さについての声を聞いていた。

また2008年9月の「リーマンショック」に端を発する同年11月の「トヨタショック」による経済的不況下で2008年末は村の近くにあったコンビニが閉店した。今（2019年）は地区内にコンビニ1店舗しかなくその不便さを訴える声は第5次のときからあった。また生鮮食品を扱う店も2店しかなく、ちょっとした買い物はこのコンビニを使うか、村外に出るしかなくなった。これも郵便局の不在も生活の場を拡張せざるを得ない要因となった。

村内の世帯主の男性は、もともとは村内で林業や農業に従事していたが、村外に「大同メタル」（関市、2000年）、「青山製作所」（岐阜市、2003年）、「ミノグループ」（郡上市、2004年）などの工場ができると、これらの工場で働く人が多くなったようだ。調査対象者の女性で村の外で働く人は、第3次では自宅内が32.7%と多く29.1%と少なかったが、第4次では34.5%と増えた。第5次には24.4%へと約10%減少したが、第7次では48.8%と倍増している。しかし1973年の第1回の調査では、村の外で52%の人がフルまたはパートで働いている。もともと働く場としては外に出る傾向があったようだ。村内にある村の有力者F氏の会社で働く人は第1次の時でも少なかったようだ。

2. 地域コミュニケーションの変化と村の暮らし

また第4次から第7次にかけて、別な側面での生活圏の拡張、つまりメディア利用によるコミュニケーション場面での非対面的接触の増加・拡大があった。これは携帯電話・スマホとパソコンなどコミュニケーション・ツールの利用およびインターネット利用の拡大によるものである。

この村でも電話の普及は、調査対象者の携帯電話の所有率が、第4次調査時では18.6%だったのが第5次調査時では63.6%と約3.4倍も増加していたが、第7次ではさらに90.5%と増えた。同様にパソコンとインターネット利用についても急速に普及したことがうかがえる。世帯内でのパソコン所有が第4次の39.0%から第5次の72.1%へと約1.8倍へと増加したが、第7次では76.2%と微増にとどまった。調査対象者のネット利用についても、第4次の16.7%から32.8%へと約2倍に増え、さらに第7次では69.8%と2倍以上になっ

ている。第7次では「ケータイ・スマホを利用する機会が増えた」と感じている人が95.2%にもなっている。

以上のように、自動車・高速道路、携帯電話・スマホ・ネットといったソトにつながるメディアとチャンネル、郵便局・コンビニの不在による生活インフラの縮小がソトへと生活圏の拡張をもたらしてきた。これは都市化が進み過疎化し限界集落化していく過程に見られる現象だが、この村はまだまだ限界集落にはなりそうにない。

こうした村外への生活圏の拡張に対して村内では電話コミュニケーションのあり方にどのような変化が見られたのか。村内の電話コミュニケーションについては、第3次のときには村内有線電話を利用する人が90%以上だったが、固定電話を利用する人が第5次では85.2%で、第7次では41.7%と半分以下に減少し、携帯電話・スマホを利用する人が63.3%と大多数を占めている。第4次の時には使われていた村内の有線電話も今は撤去され使われていない。

第7次では、情報入手ツールとしては、テレビが最も多いが、インターネットのサイトを利用する人が37.1%で、新聞は45.2%と新聞のほうが多くなっている。村人が読んでいる新聞つまり購読新聞をみると、第4次でも第5次でも第7次でも全国紙はほとんど読まれていなかった。第4次では岐阜新聞が61.0%、中日新聞が39.0%、第5次では岐阜新聞が65.6%、中日新聞が31.1%となり、地元の岐阜新聞が購読者を増やしている。しかし第7次では岐阜新聞が56.1%、中日新聞が31.6%で、岐阜新聞が10%近く、中日新聞が7%強減少した。この減少は、「利用が減少したメディア」として新聞を上げた人が45人中12人(26.7%)ということから、新聞という紙の活字メディアそのものに原因があり、社会全体にみられる活字離れの結果と思われる。

調査の度に村を訪れて感じた暮らしぶりの印象は、自家用車を持っている家が多く住居のたたずまいや家具調度品などをみると豊かだな、というものだった。村人の生活水準をみると、村の中での生活水準で「中の中」と応えた人が、第4次(2001年)では58.2%だったのが、第5次(2009年)では62.2%となり少し増やしたが、第7次(2019年)では46.5%と15.7%も減少させている。消費税は、第3次のときは3%、第4次では1997年に増税され5%だったが、第5次では変化がなく5%だった。第7次では10%増税直前で8%だった。このような「中の中」意識にみられる村の暮らしぶりの変化は増税すると下がり、変化がないと上がり、暮らしの意識は消費増税と相関しているように思える。

村人の構成をみると、調査対象者の平均年齢は、第4次の56.4歳から第5次の57.1歳、第7次の57.4歳へと若干の高齢化が進んでいる。高齢化が進めば在宅率も上がり、専業主婦が増えることになる。専業主婦は、第4次では32.7%だったのが、第5次では36.1%、第7次では36.5%と少しずつ増えている。このように高齢化が進むと、生活圏の拡張が生活場面でいろいろな不都合を生み出す。自家用車を利用できない、歩くのが不自由、高齢で

第7次「郡上村」調査からみる農山村と地域コミュニケーション

一人暮らし、だという人たちにとっては、買い物や病院に行ったりするのに地域巡回バスなどの公共の交通機関を利用しなくてはならない。しかしバス停まで歩いていくのもままならないとなれば極めて深刻な問題である。

調査対象者の家族構成において、第1次のときが平均5.0人、第5次では一家族当たり4.5人、第7次では4.24人と少し減少したが、構成員数は4人以上が53.4%と最も多く、3人以下は38.1%と少ない。村から去ることなく、また去っても戻ってくることで、複数世代にわたって暮らしている人が多いということだ。第5次では調査対象者やその家族から、「息子や娘たちが県外で仕事をして暮らしているが、定年になったら村に帰って来て一緒に暮らす」、という声をよく聞いた。一時的に職住を県外に求めても、再び村に帰って暮らそうとするほどの魅力が村にはあるということだ。この村には、人と人とのつながりや生活環境の良さだけでなく、村人に自信と誇りをもたせる伝統文化がある。「うなぎ」信仰があり、神社では月例祭が行われ多くの参加者を集め、村内の地域活動はいまだに盛んなようだ。

しかし今回の調査でこれまでとは違った印象をもったことがある。私たちのような見知らぬ人を受け入れる姿勢が以前よりは少なくなったことだ。さらに今年になり、ポスト・コロナでの日本社会全体における対人的接触の忌避、部外者への不信感の増大を考えると、この村でも社会の豊かさの指標ともなる「弱連結型ネットワーク¹⁸⁾」を作り出すことが難しくなり、村の魅力の減退となるかもしれない。今後社会全体においてこれまでとは違った対人的接触のあり方が求められる中で、テレコミュニケーションの意義とコミュニティのあり方に注目していきたい。

3. 本調査への希望

最後に本調査への希望を述べておきたい。電話コミュニケーションについて主婦を対象にほぼ半世紀にわたるパネル・サーベイ panel survey を6回行ってきた。それぞれの調査はその時代の断面を切り取り描いてきたものであった。ここでの分析はその時点で切り取られた断面の一部のデータを時系列でつなぎ比較したにすぎない。今後はこの調査を継続させるとともに、これまでの調査に複数回にわたって回答してくれた人たちに限定して、個々人の意識と態度の時系列の変化を分析することが必要であろう。同時に存命中の当事者に聞き取り調査も実施してくれることを期待したい。(上田裕)

おわりに 農山村共同体テレコム・インフラ研究の新しい地平

ひとつの地域共同体のなかでも、農山村は一般的に停滞的で、変化に遅延的で、その住民も保守的で伝統志向だと考えられてきた。学者の眼は、村のデモグラフィーの変化、土地の多寡、所有形態、技術や作物等による政治、社会、支配構造等に重点があったように思わ

れる。過去の著名な農村調査、たとえば E. ブルナーの米国での農村社会学の成長、中国での毛沢東の湖南農村調査の喧伝、日本では日本資本主義発達史講座グループの農村社会研究など、いずれも 20 世紀前半の時期に現れた。これは、資本主義の農村・農業への侵食が激化して格差、貧困、余剰労働力、農民争議など深刻な社会問題に発展したためである。

20 世紀後半から 21 世紀にかけて農村は別の荒波に立ち向かっている。「高度情報化社会」という新しい次元の顔である。技術革新の成果として情報インフラの導入であった。なかでもテレコムの農村への波及は農具、種苗、耕作法と同様、ひとつの世界的な技術革新であり、ロジャースの研究のように、先進的な村をみて他の村がフォローしてゆくという経過を経てきた。1980 年代には、行政による「テレトピア構想」などの発案が成功して、自治体が競って地方行政理念を「地域の高度情報化」に舵を切ったこともインフラ波及につながった。

たしかに、農作業そのものはテレワークには適さない。だが、農村経済も変化しつつあり、消費生活も国民社会にあっては経済活動の一環である。いわんや、文化、娯楽、学習、社会生活は在宅化しつつある。通販、通信教育、テレビ鑑賞やゲームが代表例だ。

この 10 数年郡上村にとって新しいインパクトとして、中部地方と北陸を結ぶ高速道路の建設とこの道路へのアクセス可能なインターチェンジが生まれたことによる村への影響である。

その第一は、村から自家用車等で、美濃、関、名古屋方面への勤労、ビジネス、買い物、医療、通学などのため高速道路を利用できることになったことだ。この時期、日本経済も変化し、郡上村への木材需要は、ロシア、東南アジアからの輸入材に取って代わられていた。郡上村の労働力は村内消化から村外への通勤に移動していたのである。このため、村を離れて都市に移住する流れにブレーキがかかり、人口維持上、それほど負荷にならなかったとも考えられる。このことはまた、都市部の労働人口が郡上村近在に家を建て、そこから通勤するというのを加速させたと思える。これらのことは、もうすこしデータを調べ、ケースを検証する必要がある。村に都市型勤労者も見かけることになる。

いずれにせよ、交通（人、ものの移動）と広義の情報（知識、ニュース）コミュニケーションは表裏一体であり、50 年間、7 回におよぶ社会調査はおおくの示唆、仮説、理論を提供するに十分なデータと資料を蓄積した。戦後の農村調査の歴史をみても、当初、東大社会科学研究所等の主導による敗戦後の地主・小作関係からくる農業生産性、支配関係、封建制の払拭遅延、狭小な農地と次三男労働力の吸収先など主として政治・経済学上の課題から出発した。農地改革が終了すると社会学による人口・文化・社会問題等の研究に移行した。コミュニケーション学の分野では、東京大学新聞研究所等による CATV の出現にみる早い時期に、住民生活の変化についての初期的な調査が石垣島、宮古島、小笠原村その他で実施された。

本郡上村調査は、これらの調査を踏まえて、調査次ごとに作業仮説をたててきた。幸運に

第7次「郡上村」調査からみる農山村と地域コミュニケーション

も、また完全に予測されていたわけではなかったが、調査次ごとに、インフラの個別の新しいメディアの動向があった。今回はこの約10年間の技術革新である「スマートフォン、SNSの進展も考慮」して実施された。これが、村共同体のなかの社会生活や人間関係の変化を獲得するためである。その仮説の根底には一様な「限界集落説」への疑問であり、この疑問は実証されたと考えられる。

さらに重要なことは、第7次、50年間の調査全体の調査研究の結果、新しい「地域共同体と社会生活へのコミュニケーションの役割」に関する理論仮説の構築である。共同体におけるコミュニケーション、直接にはテレコム・インフラの構築により、共同体の主要骨格である政経・社会・文化生活を基本的に維持し、共同体消滅の不安を払拭したことである。

一例が共同体成員への「ランドスケープ、開発、建設、自然的ゾーニング」問題である。都市では工場、商業施設、公共財等の建設・廃棄で数十年という短いサイクルで変化する。住宅でさえ団地・社宅など入居者もふくめて新陳代謝が激しい。都会のど真ん中で、買い物難民、通院難民が発生してコミュニティが廃れている。郡上村ではランドスケープも含めてコミュニティの骨格はほとんど変化せず、共同体を構成する家族、下位の集落・近隣集団（ネイバーフッド・グループ）も健在であることは、第4次調査での交際クラスター析出（第1次集団の全面的な存在）でも明らかになった。なによりも、デモグラフィーの再生産力である通婚圏が健全である。これからも、外部からの破壊（ダムや道路建設などの公共の圧力）がない限り郡上村は多少の変化（社会や環境への適応）を受け入れながら存在し続けよう。今回は第7次調査の結果を柱にした報告であり、いずれ全調査を縦断・総合する研究も予測している。7次におよぶ調査には多数の研究者、大学院生、社会人篤志者の参加があったことはいうまでもない。この機会にその労に感謝しておきたい。また、経費の支援をされた諸非営利機関にも同様である。

なお、今回の調査でも、「公益財団法人電気通信普及財団」の助成をうけている。また現地の関係者はじめ多数の人びとの協力をえている、合わせて感謝申し上げたい。今回の調査のフィールドワークには田村は参加していないが、数次のZOOMによる研究会には出席している。（田村紀雄）

（執筆者の所属）

田村紀雄（東京経済大学名誉教授）

上田裕（元愛知学泉大学教授／NPO法人地域メディア研究所）

吉田則昭（目白大学メディア学部メディア学科准教授 調査幹事）

山崎隆広（群馬県立女子大学文学部総合教養学科准教授）

川又実（四国学院大学総合教育研究センター准教授）

齋藤聖一（NPO法人地域メディア研究所理事長）

牛山佳菜代（目白大学メディア学部メディア学科准教授）

山中雅大（四国学院大学社会学部助教 調査当時：地域科学研究会 企画・編集・研究員）

注

- 1) 「郡上村」とは、調査研究上のコード名で、行政上の村名ではない。今回の調査研究の調査対象地であり、今回においてもこれまでの調査と同様にコード名踏襲した。
- 2) 岐阜県郡上市の大日ヶ岳に源を発する長良川の支流、郡上村に流れる川を「郡上川（仮名）」とした。
- 3) The City as Social Laboratory と表現、T.V. スミス& L.D. ホワイト編『シカゴ』（町村敬志訳『実験室としての都市』1986年）お茶の水書房。
- 4) Williams, Frederick. *Infrastructure For the Information Age The New Telecommunications*, 1991 The Free Press.
- 5) 本節における1928年前後の電話設置に関わる経緯については、第4次調査での池宮オ一氏の調査に拠るところが大きい。
- 6) 「当時のF家当主」は、現F家当主の祖父にあたる。以下、「F氏」と記す。
- 7) 「モバイル端末全体」には携帯電話・PHSと、2012年までは携帯情報端末（PDA）、2010年以降はスマートフォンを含む。
- 8) 同調査は2011年から実施されたものであるため、それ以前のデータは存在しない。2014年の調査まで、パソコンは「自宅のパソコン」と「自宅以外のパソコン」として別項目に調査されており、2015年から「パソコン」として一本化された。また同年まで、家庭用ゲーム機は「家庭用ゲーム機・その他」、携帯電話は「携帯電話」として調査されていたが、同2015年から「その他」が独立し、「携帯電話・PHS」と表記されスマートフォンと区別されて調査されている。
- 9) 第5次調査では「スマホ」について言及しておらず、第7次から従来の質問項目変更のために加えたため、同様の質問内容になっていないことは留意が必要である。
- 10) 第5次調査では「スマホ」について言及しておらず、第7次から従来の質問項目変更のために加え、また「10年前から固定電話は使用していない」という新しい質問項目が加わったため、同様の質問内容になっていないことは留意が必要である。
- 11) 第5次調査では「スマホ」について言及しておらず、第7次から関連項目を増やし質問している。なので、同様の質問内容になっていないことは留意が必要である。
- 12) 電通メディアイノベーションラボ編（2020）『情報メディア白書』165頁。
- 13) 田村紀雄ほか（2010）「第5次『郡上村』調査からみる地域社会とコミュニケーション」参照。
- 14) 田村紀雄ほか（2011）「第6次『郡上村』調査とむらびとの個人史」、田村紀雄ほか（2015）『「郡上村」の窓から異世界を俯瞰する—むらの社会・文化は《変化》を止めない—』参照。
- 15) アパデュライはグローバル化する文化の様相を捉える為の概念装置として、エスノスケープ、テクノスケープ、ファイナンススケープ、メディアスケープ、イデオスケープという5つのスケープ（地平）を提起する。すなわち、コミュニティの境界を越えて移動していく人々の流れ（エスノスケープ）、新しい技術が実現していく新たな光景（テクノスケープ）、境界を越えてグローバルにやりとりされる経済資本（ファイナンススケープ）、新聞やテレビ、SNSなどの

第7次「郡上村」調査からみる農山村と地域コミュニケーション

メディアが作り出していく新たな風景（メディアスケープ）、そして政治や社会運動によってうまれる紐帯（イデオスケープ）という、それぞれ常に可変的な地平のもと、文化を理解しようとする姿勢である。重層的なものの見方ゆえ、アイロニカルで非決定的な態度へとつながりかねないことも危惧されるが、執筆者は、様々な要因によって相対化されつつも、「近接」という概念によって「離接的」にも維持し続けられる「ローカリティ」という概念にも、ひとつの可能性を見出したい。

- 16) スコアは、ユーザーカルウェブサイトにおいて以下のように説明されている。

スコアは、その単語の「重要度」を表す値です。以下で、スコアがなぜ必要なのかと、その算出方法についてご紹介します。

一般的な文書では、単語の出現回数だけでいえば「今日」や「思う」「ある」などといった、“ごく一般的な単語”が何度も出現してしまいます。ただ、このような単語は、どういった文書にも出現する単語であるため、たとえ出現回数が多いとしても、意味が薄い、あまり重要ではない単語といえます。単純に回数だけをランキング化しても、一般的な語が混じってしまいその文章の特徴をつかむことができません。

この問題を解決するため、テキストマイニングでは、「一般的な文書でよく出る単語は、重要ではないため、重み付けを軽くする」、いっぽう「一般的な文書ではあまり出現しないけれど、調査対象の文書だけによく出現する単語は重視する」仕組みを取り入れています。

こういった特徴語を抽出するためのロジックとして、一般的に TF-IDF 法という統計処理をします。この手法によって、出現回数だけでなく、重要度を加味した値が「スコア」です。スコアが高い単語は、そのテキストを特徴づける単語であるといえます。(https://textmining.userlocal.jp/questions#data_q2)

- 17) なお、本論文では白黒表記となっているが、実際の図では、単語の色は品詞の種類で異なっており、青色が名詞、赤色が動詞、緑色が形容詞、灰色が感動詞を表している。
- 18) 塩原勉著、「絆の社会学—社会生活をつくり支える〈強い絆〉〈弱い絆〉—」レジュメ、聖カタリナ大学講座「風早の塾」、2013年7月5日。

Giuffre, Katherine. *Communities and Networks Using Social Network Analysis to Rethink Urban and Community Studies*, 2013 Polity Press.

引用・参考文献・参考URL

- Appadurai, Arjun 1996 *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minnesota: The University of Minnesota Press. =2004 門田健一訳、吉見俊哉解説『さまよえる近代—グローバル化の文化研究』平凡社。
- 合田栄作 (1976) 『通婚圏』大明堂。
- 伊藤耕太 (2012) 「ケータイの多機能化をめぐる」岡田朋之・松田美佐編『ケータイ社会論』有斐閣。
- インターネット白書編集委員会編 (2016~2020) 『インターネット白書』株式会社インプレス R & D。
- 奥野卓司 (2000) 『第三の社会—ビジネス・家族・社会が変わる』岩波書店。
- 中国農村慣行調査刊行会編 (1952~1958) 『中国農村慣行調査』全6巻 岩波書店。

- 電通イノベーションラボ編 (2020) 『情報メディア白書 2020』ダイヤモンド社.
- 中村高康 (2013) 「混合研究法の基本的理解と現状評価」『社会と調査』第 11 号.
- 後藤範章 (2013) 「都市・地域社会調査におけるマルチメソッド・アプローチの展開—数字と言葉と映像の“混合”をいかにはかるのか?—」『社会と調査』第 11 号.
- 二階堂裕子 (2013) 「質的調査の実際」谷富夫・芦田徹郎編著『よくわかる質的調査 技法編』ミネルヴァ書房.
- 安藤明之・牛山佳菜代・川又実・瀧澤文彦・森岡宏行・山崎隆広・上杉真理子・上田裕・田村紀雄 (2010) 「第 5 次『郡上村』調査からみる地域社会とコミュニケーション」『コミュニケーション科学』第 32 号, pp. 31-66.
- 田村紀雄・上田裕・山崎隆広・牛山佳菜代・川又実 (2015) 「『郡上村』の窓から異世界を俯瞰する—むらの社会・文化は《変化》を止めない—」『コミュニケーション科学』第 41 号, pp. 115-132.
- 総務省 (2011) 「平成 23 年版 情報通信白書」.
- 総務省 (2010~2019) 「通信利用動向調査」.
- 朝日新聞 (2016 年 3 月 12 日) 「LINE 既読は震災から生まれた 教訓生かした商品多数」.
- NTT ドコモモバイル研究所 「2020 年一般向けモバイル動向調査」https://www.moba-ken.jp/project/others/sns_index.html (2020 年 8 月 26 日アクセス).
- MM 総研 (2009~2019) 「年度通期国内携帯電話端末出荷概況」<https://www.m2ri.jp/> (2020 年 8 月 26 日アクセス).
- 内閣府 「令和元年度国民生活に関する世論調査」<https://survey.gov-online.go.jp/r01/r01-liFe/index.html> (2020 年 8 月 15 日アクセス).
- ユーザーローカルウェブサイト <https://textmining.userlocal.jp/> (2020 年 8 月 15 日アクセス).